

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**  
**CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS**  
**JORNALISMO**

**CARNAVAL E INTERNET:**  
**DA RUA PARA O CIBERESPAÇO**

**BEATRIZ MOREIRA PADRÃO**

**RIO DE JANEIRO**

**2007**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**  
**CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS**  
**JORNALISMO**

**CARNAVAL E INTERNET:  
DA RUA PARA O CIBERESPAÇO**

Monografia submetida à Banca de  
Graduação como requisito para obtenção  
do diploma de Comunicação Social/  
Jornalismo.

**BEATRIZ MOREIRA PADRÃO**

**Orientadora: Profa. Dra. Ana Paula Goulart**

**RIO DE JANEIRO**

**2007**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

**TERMO DE APROVAÇÃO**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a monografia **Carnaval e Internet: da rua para o ciberespaço**, elaborada por Beatriz Moreira Padrão.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia 10/07/2007

Comissão Examinadora:

Orientadora: Profa. Dra. Ana Paula Goulart  
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ  
Departamento de Comunicação - UFRJ

Profa. Cristina Rego Monteiro  
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ  
Departamento de Comunicação - UFRJ

Profa. Beatriz Becker  
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ  
Departamento de Comunicação – UFRJ

RIO DE JANEIRO

2007

## FICHA CATALOGRÁFICA

PADRÃO, Beatriz Moreira.

Carnaval e Internet: da rua para o ciberespaço. Rio de Janeiro, 2007.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –  
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação  
– ECO.

Orientadora: Ana Paula Goulart

Padrão, Beatriz Moreira. **Carnaval e Internet: da rua para o ciberespaço.**  
Orientadora: Ana Paula Goulart. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em  
Jornalismo.

## RESUMO

O trabalho faz uma análise dos sites mais importantes que cobrem o carnaval das escolas de samba do Rio de Janeiro. Entrevistas com os principais jornalistas de cada endereço virtual ajudam a contar a história de como os desfiles viraram notícia na Web e atraíram internautas com gostos distintos, como os fiéis amantes do samba e os sazonais admiradores do espetáculo. Para cada público, um tratamento diferenciado do noticiário: desde a hierarquia das manchetes até a seleção das fotos e das perguntas dos fóruns. A Internet presta serviço para o folião com informação e, ao mesmo tempo, permite que ele crie conteúdo e defenda opiniões nos fóruns de discussão. O webjornalismo produz modificações na logística da festa carioca e nas relações que o público mantém com o carnaval.

## **SUMÁRIO**

### **INTRODUÇÃO**

#### **CAPÍTULO 1 – PEQUENO HISTÓRICO DO CARNAVAL**

##### **1.1 – As escolas de samba, a mídia e o conceito de espetáculo**

#### **CAPÍTULO 2 – INTERNET: IMPLICAÇÕES E AMPLIAÇÕES**

##### **2.1 – O jornalismo on-line**

#### **CAPÍTULO 3 – O CARNAVAL CAI NA REDE**

##### **3.1 – Os sites independentes**

**3.1.1** - O Carnaval Carioca ([www.ocarnavalcarioca.com.br](http://www.ocarnavalcarioca.com.br))

**3.1.2** - Galeria do Samba ([www.galeriadosamba.com.br](http://www.galeriadosamba.com.br))

**3.1.3** - Papo de Samba ([www.papodesamba.com.br](http://www.papodesamba.com.br))

**3.1.4** - Esquentando os Tambores ([www.tamborins.com.br](http://www.tamborins.com.br))

**3.1.5** - Tudo de Samba ([www.tudodesamba.com.br](http://www.tudodesamba.com.br))

**3.1.6** - Setor 1 ([www.setor1.com](http://www.setor1.com))

**3.1.7** - O Batuque.com ([www.obatuque.com](http://www.obatuque.com))

##### **3.2 – Os sites dos grupos de comunicação**

**3.2.1** O Dia na Folia ([www.odianafolia.com.br](http://www.odianafolia.com.br))

**3.2.2** - Carnaval Globo.com ([www.globo.com/carnaval](http://www.globo.com/carnaval))

**3.2.3** - Roda de Samba (<http://extra.globo.com/blogs/rodadesamba>)

### **CONCLUSÃO**

### **ANEXOS**

### **BIBLIOGRAFIA**

### **SITES E OUTRAS FONTES**

## INTRODUÇÃO

No Brasil, os jovens das classes média e alta da geração dos anos 1990 cresceram tendo informática como uma disciplina escolar obrigatória. Ao final desta década, a Internet se popularizou no Brasil. Em 1994, surgiu o primeiro site de buscas: o *Yahoo!*. Em 1996, o mundo já tinha 56 milhões de usuários. Segundo a última estimativa do Ibope, divulgada em março de 2007, 32,1 milhões, dos 154 milhões de habitantes do país em 2005, tiveram acesso à rede.

A Internet criou outras formas de interação e modificou o modo de trabalho, de lazer e de consumo de informação. A rede possibilitou o surgimento de um novo tipo de jornalismo. Em março de 1995, o jornal norte-americano *The Wall Street Journal* inaugurou sua página virtual e, em maio do mesmo ano, o *Jornal do Brasil* criou o *JB On-line*, o primeiro jornal eletrônico do país. Em 1998, o site *Época On-line* apresenta o primeiro caso brasileiro de *crossmedia* entre a versão imprensa e a online, fazendo uma chamada para um áudio que estava disponível na página virtual.

O ano de 2000 é marcado pelo fenômeno da Internet gratuita, lançado pelo portal IG. Segundo a autora Pollyana Ferrari (2004), cuja obra teve ampla contribuição para elucidação de várias questões neste trabalho, só em 2001, quando aconteceu o ataque às torres do World Trade Center, que a Internet assumiu um papel efetivo de mídia de massa, pois informou a milhões de usuários em todo o mundo.

Atualmente, quase tudo pode ser encontrado na Internet. Os fatos jornalísticos viraram produtos digitais nas mais diversas páginas criadas por empresas ou pessoas comuns. Como carnaval do Rio de Janeiro não foi diferente. Os desfiles das escolas de samba e o universo que envolve este carnaval mundialmente famoso se tornaram assunto de páginas virtuais noticiosas e, depois, passaram a gerar sites especializados.

Este trabalho pretende justamente conhecer estes sites que realizam a cobertura anual ou sazonal do carnaval carioca. Dentro deste objetivo, será traçado um panorama dos principais serviços que estes sites já oferecem; os tipos de matéria que fazem; sob qual logística funcionam e, principalmente, tentar descobrir o que estaria programado para a cobertura de 2008.

O interesse no objetivo descrito acima não é mera curiosidade. A pesquisa feita nas páginas dos sites e as entrevistas realizadas com os principais jornalistas de cada

página virtual servirão como bagagem para tentar realizar um trabalho diferenciado, no carnaval de 2008, como repórter do site *Globo.com/carnaval*. Portanto, esta pesquisa será um instrumento de trabalho que vai nortear ações concretas durante o exercício da prática jornalística.

A importância do tema que será trabalhado é explicitada na própria magnitude que possui o advento da Internet e na grandiosidade do evento dos desfiles das escolas de samba do Rio de Janeiro, cuja cobertura virtual é o foco deste trabalho. O carnaval é considerado um espetáculo e se tornou símbolo do que há de mais rico e criativo da cultura nacional. O desfile conta com cerca de 50 mil desfilantes e dura quase 24 horas de folia. Tudo transmitido para mais de 50 países pelas televisões a cabo.

As dimensões deste show e sua origem estarão no primeiro capítulo que vai apresentar um breve histórico do carnaval, mostrando que, desde a primeira apresentação da escola de samba do Rio de Janeiro, a Deixa Falar, em 1929, no Morro de São Carlos, a mídia esteve presente. O ritual da festa se modificou muito e, em todos os momentos, os meios de comunicação exerceram o papel de mediadores entre as escolas de samba e a sociedade, tornando possível e participando de sua legitimação.

O segundo capítulo pretende contextualizar o surgimento da Internet e pontuar algumas transformações sociais que surgiram a partir deste novo meio de comunicação. Também estarão nesta parte as principais ferramentas de interação que surgiram na rede, as especificidades do jornalismo feito na Web e o grande desafio que os profissionais aspirantes a um trabalho nos sites de notícia terão de enfrentar.

O capítulo três irá analisar os dez sites mais importantes que cobrem o carnaval das escolas de samba cariocas. Os produtos virtuais foram divididos em dois grupos. O primeiro é formado por sete sites independentes, que foram criados por pessoas físicas, que trabalham sem lucro e são motivadas pelo amor ao carnaval e ao samba. O segundo grupo corresponde a dois sites e um blog que pertencem a grandes empresas de comunicação e dão lucro. A análise feita a partir do acesso destas páginas virtuais, no período de janeiro a junho de 2007, pretende pontuar os principais serviços que são oferecidos.

Além da pesquisa virtual, foram realizadas entrevistas – por telefone, e-mail ou pessoalmente - com dez jornalistas, um de cada produto virtual. Um questionário padronizado foi aplicado a cada um, para conhecer um pouco da história de cada site, o modo de trabalho, as dificuldades durante a cobertura na Avenida, as áreas de maior acesso das páginas, o que eles pretendiam criar para o carnaval de 2008 e o que eles



pensavam do futuro do noticiário de carnaval na Internet. O resultado destas entrevistas estará descrito ao longo do terceiro capítulo.

## 1 PEQUENO HISTÓRICO DO CARNAVAL

O carnaval é uma festa universal que tem origem antiga, desde os tempos anteriores ao de Cristo, onde as pessoas, inclusive as crianças, saíam às ruas mascaradas e com os corpos pintados, para espantar os demônios, pois acreditavam que estes poderiam influenciar uma má colheita.

No Egito, se prestavam homenagens à deusa Isis e ao Touro Ápis. Na Grécia, a sociedade comemorava animadamente a volta da primavera, fazendo festas que simbolizavam o Renascer da Natureza.

A partir de então o termo carnaval foi utilizado para denominar os divertimentos públicos, bailes de máscaras e manifestações folclóricas, sendo os mais conhecidos os de Veneza, Paris, Florença e Nice.

No Brasil, o carnaval surgiu com a colonização, que trouxe de Portugal o hábito das brincadeiras das famílias, o “entrudo”<sup>1</sup>, que lembrava uma espécie de batalha, onde as pessoas jogavam limões umas nas outras, água suja atiradas pelas janelas, enquanto nas ruas, os negros faziam suas danças e entoavam músicas ao som de chocalhos, marimbas e tambores.

O entrudo foi proibido com o argumento de que perturbava a ordem pública, no período colonial. O carnaval, então, foi tomando o seu lugar, aos poucos, onde as ruas passaram a ser o local preferido para os festejos, além dos bailes carnavalescos.

As águas sujas saíram de cena, dando lugar às bisnagas com águas perfumadas e, em 1877, surgiu o confete. No ano de 1895 foi a vez das línguas de sogra e das serpentinas. Os outros acessórios, como narizes e barbas postiças, vieram da Alemanha em 1901.

O carnaval passou a ser comemorado sempre antes da quaresma, decretada pela igreja católica para a purificação dos pecados mundanos. O intuito era que as pessoas se entregassem aos prazeres antes da abstinência exigida pela quaresma, que sempre começava em uma quarta-feira de cinzas.

O carnaval, então, começou a ser comemorado às terças-feiras anteriores à quarta-feira de cinzas, sendo que, com o passar do tempo, os dias foram se

---

<sup>1</sup> A palavra “entrudo” vem do latim “*Introitus*” (introdução). As famílias conhecidas costumavam se reunir nas casas para “brincar o entrudo”. Nos festejos do entrudo, a casa era o espaço privilegiado dos jogos.

estendendo, chegando, em determinados locais, a ser comemorado durante uma semana inteira. Nos dias atuais, essa semana é a anterior à quarta-feira de cinzas.

Como o carnaval era festejado nas ruas, começaram a se formar blocos de pessoas fantasiadas para brincar, o que acabou dando origem às escolas de samba e aos trios elétricos.

No Rio de Janeiro, o desfile das escolas de samba é considerado como a principal festa do carnaval brasileiro, espalhando seu modelo para os carnavais de diversas cidades do país. Ao longo de seus mais de 80 anos, o desfile sofreu muitas transformações, mas se estruturou e se expandiu com uma incrível capacidade de renovação. Nele, as escolas disputam o título de campeãs de seus respectivos grupos, narrando através do samba-enredo, alegorias e fantasias, um enredo renovado a cada ano.

Enquanto manifestação cultural, a escola de samba concentra em sua natureza elementos tradicionais, que acompanham a escola desde suas origens, como a ala das baianas, a dança do mestre-sala e da porta-bandeira e o gingado dos passistas. Dentro desta estrutura, engendram-se também novos procedimentos criativos, que se incorporam ao desfile e conferem sua dinamicidade. Composições coreográficas das comissões de frente, alegorias ornamentadas por efeitos especiais de alta tecnologia, materiais inéditos agregados às alegorias e fantasias são alguns exemplos. Vê-se, pois, nesta festa, a simultaneidade de dois conceitos presentes em sua história: a tradição e o moderno.

Além disso, o carnaval também pode ser estudado no campo das comunicações, como um fato de mídia consumido entre muitos veículos midiáticos, sobretudo a TV, para ser difundido em outros universos culturais. Tinhorão (2000:118), em seu estudo sobre a imprensa carnavalesca no Brasil, aponta o momento em que a mídia impressa brasileira mostra seu interesse na festa:

(...) ao configurar agora esse fenômeno de diversão coletiva, por inspiração européia, sob o nome genérico de carnaval, acabaria impondo, a partir da década de 1870, sua presença não apenas como fato sociocultural, mas como matéria de memória a pedir registro, sob forma de jornal.

Hoje, o carnaval é configurado como um espetáculo multimídia, concebido por diversos tipos de manifestações artísticas: dança, canto, esculturas, indumentárias,

coreografia, performance teatral, máscaras e efeitos especiais, produzidos por meio de recursos tecnológicos das mais diversas origens (luzes, engrenagens, fumaças etc.).

## 1.1 AS ESCOLAS DE SAMBA, A MÍDIA E O CONCEITO DE ESPETÁCULO

No livro *O Rito e o Tempo*, Maria Laura Viveiros de Castro Cavalcanti afirma que a história do desfile das escolas de samba acompanhou o crescimento e as transformações da cidade do Rio de Janeiro ao longo do século XX. E complementa, dizendo que o desfile é “um processo ritual datado, dinâmico e aberto às transformações trazidas pela sociedade que o promove”. (CAVALCANTI, 1999: 9)

A noção de espetáculo, que largamente define o carnaval hoje, deve ser entendida junto com o surgimento das escolas de samba cariocas, nos anos 1920, no seio da população marginalizada, composta por comunidades negras, remanescentes da migração rural e da abolição da escravidão. O samba, nessa época, era considerado pelas autoridades como batuque, sendo reprimido e exilado nas “casas de macumba”, onde se celebravam ritos africanos. O termo “escola” é explicado por Valença (2003: 67):

A denominação revelava um propósito de conferir importância à sua matéria - o samba -, e a si próprios, aos que ali congregavam, a condição de “professores”. E demonstra que já é muito antiga e arraigada no espírito dos foliões a pretensão didática, o fascínio pela idéia de que, mais do que mero lazer, o que se intentava era a transmissão de conhecimentos. Na verdade, a transmissão de uma cultura esmagada que via no carnaval a oportunidade de se afirmar.

A primeira escola de samba foi a *Deixa Falar*, criada em 12 de agosto de 1928, no bairro do Estácio de Sá. Ismael Silva foi quem primeiro utilizou a expressão escola de samba, para mostrar que este seria um novo formato para o samba de até então.

O morro da Mangueira também tinha blocos e cordões e, em 1928, foi criada a escola de samba *Estação Primeira de Mangueira*, a “Verde e Rosa”. O nome é por causa de sua proximidade com a primeira estação de trem da Central do Brasil.

Após a *Deixa Falar* e a *Mangueira*, foi criada a *Vai como Pode*, de Madureira, conhecida atualmente como *Portela*, a águia azul e branca. Depois disso, foi criada a escola de samba *Rancho Não Posso me Amofiná*, em 1934.

Entre os anos de 1929 e 1931, ocorreram as primeiras competições, que envolveram as escolas *Deixa Falar*, *Mangueira* e *Vai como Pode (Portela)*, com o objetivo de organizá-las. Na ocasião, cada grupo levou uma torcida e apresentou dois *sambas-enredo*.

Cláudio Bernardo (*apud* PEGADO, 2005: 38) explica que:

Cada grupo levou torcida de 45 a 50 pessoas, se tanto. Tínhamos dois sambas, um de Antônio Caetano e outro do Heitor, que era muito amigo do Paulo (da Portela) e veio do Estácio se juntar a nós. Heitor tinha trânsito no meio musical. Era muito expedito. Ficou claro naquela noite, ao final das apresentações, que havia certa simpatia pelo samba de Heitor dos Prazeres. E isso deixou o pessoal do Estácio um pouco enciumado, porque foram eles, praticamente, que ensinaram a turma de Osvaldo Cruz a dar os primeiros passos.

Foram confeccionados troféus com as cores de cada agremiação, fixando assim as cores que identificavam cada escola de samba.

Fontes de pesquisa, como Cabral (1996) e Araújo (2003) afirmam que em 1932 ocorreu a primeira competição oficial das escolas de samba, na Praça Onze, reduto dos sambistas. A campeã foi a Estação Primeira de Mangueira. O patrocínio do evento ficou por conta do jornal *O Mundo Sportivo* e assim se estabeleceu o primeiro vínculo entre os desfiles das escolas de samba e os meios de comunicação, evoluindo posteriormente para as transmissões de rádio, de televisão, TV a cabo e, atualmente, da Internet.

O contexto político da década de 1930 colaborou para a legitimação das escolas de samba. O governo Vargas, em busca das raízes brasileiras, elege o samba como símbolo da identidade nacional e, neste contexto, as escolas de samba passam a ser aceitas no cenário cultural brasileiro.

Rafael de Figueredo (2006: 16) observa que:

(...) ao tentarem incorporar novos formatos carnavalescos populares, as elites passaram a privilegiar, a partir da década de 30, manifestações como as das escolas de samba, que se encaixavam no quesito de “criação legítima nacional” e, ao mesmo tempo, não contrariavam os ideais civilizatórios das classes dominantes.

No período do Estado Novo, o DIP – Departamento de Imprensa e Propaganda – fazia o marketing do ditador e tinha poder de censura. Segundo Roberto Moura (2004),

músicas e até mesmo sambas-enredo que não exaltassem o nacionalismo foram censurados. Foi durante a ditadura de Vargas que surgiu o chamado "samba da legitimidade", no qual se buscava transformar a figura do malandro na figura do operário de fábrica. O DIP incentivava os compositores a exaltar o trabalho. O objetivo era construir uma imagem positiva do governo junto aos artistas. Em 1939, Vargas criou o "Dia da Música Popular Brasileira".

Em 1934, com 28 associadas, foi criada a União das Escolas de Samba, que tinha como objetivo mediar as discussões com autoridades federais e municipais. A criação de um grupo coeso propiciou a oficialização do desfile das escolas de samba, em 1935. Desta data em diante, as escolas deveriam passar a ter alvará de licença para funcionarem, algumas tendo suas próprias sedes, com quadras e barracões próprios, além de terem na frente de seus nomes o GR (Grêmio Recreativo), ficando assim legalizadas.

Essa oficialização das escolas contribuiu para o reconhecimento de uma manifestação cultural promovida por uma classe humilhada e reprimida. Ao mesmo tempo, com base no argumento da oficialização, as autoridades tinham a intenção de tornar o desfile numa manifestação segura a partir de uma regulamentação. Valença (2003: 70) mostra a importância deste momento para a história das escolas de samba:

O fato de os sambistas terem sido, nesse momento, obrigados a pagar um preço – a aceitação de um regulamento – pela oficialização de seu desfile, medida que, superficialmente, parecia apenas reconhecer e reverenciar o valor da manifestação cultural popular, foi o início de um processo de concessões e de decorrentes transformações, que é, ainda hoje, objeto de acirrados debates entre os que se debruçam sobre o fenômeno ou o que estão integrados nele.

Nos anos 1930 e 1940, as escolas foram solidificando sua identidade de respeitável manifestação cultural popular, apropriando-se de elementos dos blocos, ranchos e grandes sociedades. As agremiações mais tradicionais, como *Mangueira* e *Portela*, consolidavam seus nomes, enquanto outras potências, entre elas o *Império Serrano*, viriam a se destacar nos próximos desfiles. O samba-enredo vinha se estruturando como gênero musical, produzindo antologias na década seguinte como “Cântico à natureza”, defendido pela *Mangueira* em 1955.

Em aspectos visuais, o carnaval agregou à concepção do desfile artistas plásticos que introduziriam, mais tarde, elementos nunca antes utilizados. A escola de samba *Acadêmicos do Salgueiro* foi pioneira ao trazer para a Avenida, em 1959, uma temática diferente das que eram abordadas no carnaval: “Viagem Pitoresca e Histórica ao

Brasil”, inspirada na obra de Debret. Foi a primeira escola a trazer profissionais graduados na elaboração do desfile. A importância do *Salgueiro* também é lembrada por trazer à tona enredos até então inéditos, ligados a fatos da cultura negra, por exemplo, a vida de Zumbi dos Palmares e Xica da Silva, com os quais foi campeã, em 1960 e 1963.

Cabral (1996) pontua que a classe média carioca mostrava seu interesse pelo carnaval carioca, passando a desfilar com mais frequência. Antes, seus integrantes compunham o corpo de jurados ou acompanhavam o cortejo das arquibancadas. As fantasias, mais leves, e os sambas de fácil refrão aproximaram-na do carnaval, contribuindo para o enfraquecimento do caráter comunitário das escolas de samba.

Outro dado que transformou a apresentação das escolas de samba, no Rio de Janeiro, foi a transferência do desfile da Praça Onze, em 1942, para várias avenidas do centro do Rio de Janeiro, em torno das quais foram levantadas arquibancadas para abrigar um público cada vez mais presente. A construção da estrutura composta de arquibancadas trouxe modificações estéticas significativas: a altura da arquibancada, que variava em torno de dez metros, faz urgir a necessidade de aproximar o desfile do público. A solução foi construir os carros alegóricos maiores e mais expressivos - tendência que se radicalizou, marcando a característica espetacular das escolas de samba.

É importante ressaltar que, desde que o jornal *O Mundo Sportivo*, em 1932, apoiou e patrocinou o desfile das escolas de samba, o evento sempre foi divulgado pela imprensa, como nos jornais *A Hora*, *A Nação*, *O Globo*, *A Pátria*, entre outros. O rádio teve um relacionamento estreito com os desfiles das escolas dos anos 1930 aos anos 1950, pois era, na época, o principal meio de comunicação, fazendo com que os nomes de diversos sambistas ficassem conhecidos nacionalmente.

Maria Laura Viveiros de Castro Cavalcanti (1999: 84) explica que:

Ao contrário do que poderia supor uma visão romântica, sempre houve grande afinidade entre escolas e a comunicação de massa, ou a chamada indústria cultural. Seu meio social nascente reuniu o meio radiofônico e os sambistas de origem popular. Como vários pesquisadores demonstram, a expansão do samba acompanhou a extraordinária expansão do rádio a partir dos anos 30. Rádio, samba e escolas de samba alimentaram-se reciprocamente.

Durante a década de 50, os desfiles das escolas de samba foram ganhando importância dentro do mundo do samba. Nos anos 1960, houve a

explosão definitiva do carnaval carioca, marcando os desfiles das escolas de samba como um sucesso, inclusive do ponto de vista financeiro e de mídia.

Para se entender melhor este sucesso, é necessário compreender a visibilidade do carnaval carioca, no que se refere à entrada maciça das instituições midiáticas nos desfiles, sobretudo a televisão, nos últimos 30 anos. Este veículo, em especial, formula uma intensa relação com a concepção do desfile das escolas de samba como espetáculo. E muitas das mudanças no carnaval foram impulsionadas pela TV.

Nos anos 1970, o Estado investiu maciçamente nos meios de comunicação de massa. As famosas “marchinhas” entram em declínio com a consequência das tentativas de “modernização” do rádio e a paulatina solidez da TV. Pouco a pouco, as emissoras dirigidas às elites desistiram de transmitir músicas carnavalescas e as emissoras populares restringiram bastante sua divulgação. Os cantores desistiram de gravar músicas de carnaval por não obter lucro mais com elas. Interessado na receita dos direitos autorais, somente o compositor se motiva a divulgar sua produção.

No panorama dos desfiles das escolas de samba, uma das alterações se deu nos sambas-enredo, mais curtos e com letras mais ágeis. Muitos pesquisadores apontam o ano de 1971 como um marco nesta questão, quando a *Acadêmicos do Salgueiro* trouxe para a avenida o enredo “Festa para um rei negro”. Era um samba diferente da produção da época, como relata Costa (2003: 131):

Houve críticas de certos setores com relação à estrutura melódica-rítmica do samba do Zuzuca [autor e compositor]. Diziam que era calango (ritmo conhecido no interior do estado do Rio de Janeiro e Espírito Santo), que parecia mais cantiga de Folia de Reis, e coisas do gênero.

Moura (1986: 34) complementa:

A forma do samba (...) encontra em Zuzuca sua variável mais comercial. Torna-se curto, sem data, calcado em refrão forte e decalcado em versos fracos. Fato indiscutível: a partir de “Festa para um rei negro”, o samba-enredo invade definitivamente os salões dos bailes e se converte na maior fonte de direitos autorais de toda a festa carnavalesca.

No período pré-carnavalesco, o samba-enredo do Salgueiro ganhou notoriedade junto à mídia, sendo executado nas rádios, bailes e bandas de rua. Na TV, Cabral (1996) conta que Zuzuca se apresentou num dos mais populares programas de televisão, a *Discoteca do Chacrinha*. “O samba do *Salgueiro* foi a música mais executada do verão carioca”. (CABRAL, 1996: 197)



Essa tendência foi se tornando mais presente nos desfiles das escolas de samba e, junto com a popularidade crescente, os veículos midiáticos logo capitalizaram o interesse na divulgação. Eram as escolas de samba entrando “definitivamente na era da comunicação de massas”. (Idem: 197)

Nesse período, o desfile já estava sofrendo modificações em sua estrutura interna, cobrando os ingressos nos ensaios, em virtude da presença constante de pessoas de outros estratos sociais. A escola de samba passa, agora, a ter um caráter mercadológico, tornando-se fonte de renda.

Em 1960, aconteceu a primeira transmissão ao vivo dos desfiles das escolas de samba pela *TV Continental*. A iniciativa da emissora foi bem sucedida e, logo, seguida por outras televisões, como *TV Tupi*, *TV Rio*, *TV Excelsior*, *Rede Globo*, *Manchete e Bandeirantes*. Atualmente, a Rede Globo, desde o ano 2000, tem exclusividade na transmissão das escolas de samba do Grupo Especial, disponibilizando uma equipe enorme de profissionais para a transmissão do evento.

Os desfiles das escolas de samba do Rio de Janeiro adquiriram sucesso de âmbito nacional com as transmissões nas TVs, assim como se transformaram também em produto de exportação e atração turística.

Cabe observar que com a transmissão ao vivo, ganha-se mais comodidade ao se participar da folia. A percepção de “ser” deu lugar à de “ver”. A experiência coletiva de estar na avenida sambando junto com a escola passou a ser mediada pela TV, e o folião/espectador incorpora a folia do carnaval a sua privacidade. O efeito catártico da vivência de presenciar a escola é sublimado pelo gesto de assistir à escola de samba pela edição de imagens, fragmentando o desfile carnavalesco. E a TV garante o conhecimento desta manifestação cultural em detrimento de sua vivência, retirada de seu campo de ação, a Marquês de Sapucaí, e transportada para outro campo simbólico. Barbosa (2003: 3) dia que:

A experiência passa a ser o olhar e é a partir desses regimes de visualidade que a experiência existe (...). A televisão, com suas imagens que se sucedem incessantemente constroem novas experiências que se configuram na experiência de um outrem que se reatualiza a cada instante.

Pela mediação entre a manifestação coletiva e a experiência privada, a televisão funciona como um dispositivo de integração social, como esclarece Wolton (1996: 15):

[O caráter da TV é] reunir indivíduos e públicos que tudo tende a separar e oferecer-lhes a possibilidade de participar individualmente de uma atividade

coletiva. É a aliança bem particular entre o indivíduo e a comunidade que faz dessa técnica uma atividade construtiva da sociedade contemporânea.

Neste sentido, a TV atua como aglutinadora de espectadores fisicamente remotos. Machado (2000: 125) complementa a idéia de integração social:

A partir da televisão, o registro do espetáculo que se está ainda enunciando e a visualização/audição do resultado final podem se dar simultaneamente e é esse justamente o traço distintivo da transmissão direta: a recepção, por parte de espectadores situados em lugares muito distantes, de eventos que estão acontecendo nesse mesmo instante (...).

Ao divulgar um produto cultural de origem popular, a TV possibilitou o seu conhecimento por diferentes camadas sociais, criando também um campo estético próprio e atraente voltado para o consumo generalizado da sociedade. Com a declaração de Renato Lage “Elaboro os carros alegóricos para se enquadrarem na tela do vídeo” (MELLO, 2000: 46), nota-se que a televisão não é somente uma mera exibidora da festa, mas “participa” da configuração do espetáculo.

Com a mediação da TV, o carnaval tem mais um palco simbólico para sua visibilidade, agora em larga escala. A televisão é um espaço investido de sentidos e faz parte do processo de significação do carnaval perante a massa que assiste ao desfile. Por sua vez, as próprias escolas de samba passam a produzir imagens com um grande potencial televisivo que se configuram como referência para os próximos desfiles no imaginário daqueles que participam e interagem com a festa de Momo carioca. Marcadas na memória, as imagens televisivas passam a contribuir no processo de transformação do desfile das escolas de samba, servem de fontes inspiradoras e marcam a percepção de festa, inclusive, para seus próprios organizadores. Fernando Pinto já visualizara esse potencial, em sua declaração para a revista *Veja* (6/2/1985: 4):

O Carnaval privilegia os efeitos espetaculares, o delírio das imagens. É necessário levar cores brilhantes ao desfile para conquistar pessoas que estão chegando agora ao Carnaval, e não ter apenas como referência aquilo que aconteceu em anos anteriores.

Através da organização de signos e usos de linguagem, a idéia da festa é reiterada maciçamente durante o desfile e está arraigada em dois níveis: no primeiro, como o grande espetáculo brasileiro; no segundo, a festa transgressora de valores, da permissividade sexual, com ênfase nos prazeres do corpo, na massificação da orgia e nos corpos nus.

Para efeito de análise, é interessante focar-se no primeiro nível. Se o carnaval vinha conseguindo solidificar a grandiosidade em seus desfiles, tomando ares de

espetáculo, o processo se intensifica ainda mais com a entrada da TV e na difusão e massificação da idéia do carnaval como a grande festa brasileira.

A transmissão televisiva buscará uma exaltação exacerbada em prol do país, restringindo na exibição dos desfiles das escolas de samba do Rio de Janeiro vários festejos folclóricos e carnavalescos que ocorrem simultaneamente em todo o Brasil. Ao privilegiar a transmissão do desfile carioca, a TV deixa sublimada uma das características mais pungentes do carnaval: sua elasticidade, configurada nas múltiplas manifestações carnavalescas que ocorrem simultaneamente. Numa relação metonímica, a televisão compreende a “parte” de uma manifestação heterogênea (o desfile das escolas de samba) como o “todo”, ou seja, representação máxima do carnaval - do Brasil e do mundo. Bucci (1997: 45) elucida esta questão:

Esse espetáculo (...) unifica a tela dos brasileiros, que caem e os que não caem na folia, (...) promove a colagem das muitas variantes carnavalescas (os regionalismos, os gêneros etc.) num único produto cultural (que vem a ser a própria cobertura), (...) e reafirma a nacionalidade. É por isso que a cobertura tem aquele tom ufanista.

O conceito de indústria cultural, esclarecido por Theodor Adorno (1985) traz luz à relação entre a mídia (centralizada na TV) e o carnaval. Este termo foi utilizado pela primeira vez no final dos anos 40, após abandonar a expressão cultura de massa, até hoje difundida e propagada em vários textos e artigos que abordam o tema em questão. O abandono se justifica na idéia de cultura de massa ligada à idéia de que o povo produz cultura (popular), quando o autor queria denunciar a cultura imposta ao povo.

Na visão de Adorno, o termo ganha outra dimensão, na medida em que a indústria cultural (com o auxílio da mídia) fabrica produtos adequados ao consumo de massas. Teixeira Coelho (1996) complementa ao identificar, como quadro caracterizador da indústria cultural, a Revolução Industrial, capitalismo liberal, economia de mercado e a sociedade de consumo.

As histórias do samba e das escolas de samba mostram que já havia um diálogo com a comunicação de massas e a indústria cultural. Conforme observou Fenerick (2002), o cinema brasileiro se interessara pelo carnaval no início dos anos 1930, com os filmes *A Voz do Carnaval* (1933), *Favela dos meus amores* (1934) e *Alô, Alô Brasil* (1935), culminando com o sucesso das chanchadas da Atlântida. Este período foi marcado também com o início da carreira de Carmen Miranda, que posteriormente se tornou um dos ícones brasileiros em todo o mundo. Além disso, o rádio, em sua era gloriosa, cada vez mais divulgava as populares marchinhas de carnaval. Mas, a partir da

segunda metade do século XX, o diálogo entre as escolas de samba e a comunicação de massas atinge o grau máximo com a televisão.

O caminho que a TV percorre para exibir os desfiles das escolas de samba segue o circuito linear da veiculação do produto para o consumo. E uma de suas estratégias para cativar o espectador se articula no poder de sedução do carnaval carioca - seja ele exemplificado pelas imagens alegóricas ou pelos corpos *seminus*. Ao persuadir o espectador a “participar” do carnaval junto dela, a TV acaba por desempenhar o papel de cicerone na identificação do sujeito com a “festa genuinamente brasileira”. O slogan da *TV Globo* “A gente se vê por aqui” não é gratuito: a TV se confirma como mediadora neste processo de comunicação entre o espectador e o desfile. Ou seja: entre a cultura popular e a cultura de massas. Como diz Debord (1989: 5): “(...) o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens”.

As escolas de samba, pois, se exibem nesses dois espaços de visibilidade: na Marquês de Sapucaí e na televisão. E não ficam alheias a este duplo processo de exposição. Na busca do campeonato (e de obter destaque na mídia), as escolas aprimoram o visual de suas apresentações, produzindo as potenciais imagens a serem televisionadas. Para tanto, buscam incorporar novos elementos à estética do desfile para serem transformadas em referências na estética televisiva do desfile.

O empenho na qualidade visual inclui renovação dos adereços, carros alegóricos, fantasias maravilhosas e novidades espetaculares que se valem de modernos recursos tecnológicos. Também são contratados carnavalescos geniais e convidados artistas famosos para participar do desfile, que, como a mídia está diretamente envolvida, traz destaque e fama para estes artistas.

Desde o ano de 1968 começaram a ser gravados os LP's e posteriormente, os CD's dos sambas-enredos das escolas de samba, e vendidos a todo o Brasil, e também exportados para outros países. Os compositores passaram a receber direitos autorais sobre suas composições, faturando vultosas quantias. Os intérpretes também tiveram lucros com assinaturas de contratos em grandes produtoras.

Em 1984, foi criada a Liga Independente das Escolas de Samba (LIESA), que controla o evento e reverte os benefícios financeiros gerados para as próprias escolas. A LIESA grava, edita e comercializa os CD's. O Grupo Especial das Escolas de Samba têm uma gravadora própria, que é a Gravadora Escola de Samba Ltda. A LIESA também comercializa e cobra pelos direitos de

transmissão do evento das emissoras de TV; regulamenta e institui o *merchandising* na avenida; garante porcentagem na venda dos ingressos; é responsável pela organização e julgamento do evento, que, segundo o jornal *O Globo*, em 2005, a LIESA faturou em torno de R\$ 70 milhões. Foi movimentado em torno de R\$1,3 bilhões no ano de 2005 no evento do carnaval. Isso demonstra a grandiosidade deste evento.

Em um futuro próximo, a transmissão ao vivo dos desfiles das escolas de samba terá lugar na Internet. Esta previsão, ou melhor, este anseio foi expresso por todos os dez principais jornalistas dos sites mais importantes que cobrem o carnaval atualmente. Esta cobertura que alimenta as páginas virtuais é o foco deste trabalho. O próximo capítulo aborda o surgimento da Internet e o novo tipo de jornalismo que ela propiciou.

## 2 INTERNET: IMPLICAÇÕES E AMPLIAÇÕES

A sociedade moderna enfrenta, atualmente, um especial desafio. O planeta encontra-se ligado por uma rede eletrônica que movimenta notícias e dados acerca de todos os temas, na velocidade da luz, para todos os recantos da Terra. A quantidade de informação que se movimenta por essa rede, combinada à incrível velocidade de transmissão, está transformando o modo de vida não só do cidadão comum, como dos grupos sociais em geral, afetando relações entre organizações, entre corporações e até mesmo entre governos.

A globalização está transformando os modos de fazer negócio. A comunicação, portanto, assume posição de destaque nesse cenário. Nesse campo, o acelerado progresso tecnológico relacionado à comunicação atinge praticamente todos os setores da economia, principalmente, favorecendo o acesso de todo e qualquer dado de qualquer lugar do mundo onde o indivíduo consiga se conectar.

Nesse contexto da chamada Era da Informação, onde o poder do intelecto está se tornando mais importante que o capital físico, a nova fonte de riqueza não é mais material. Com o auxílio da computação, a informação tomou lugar de destaque no cenário mundial e a busca de riqueza e crescimento vincula-se, hoje, indissociavelmente ao manejo das informações e sua correta aplicação aos meios de produção.

Ganha acentuada importância a Internet, que em termos gerais, corresponde a uma rede global de milhares de computadores interligados, a fim de que possam trocar informações entre si. Compreende uma rede sem governo, acionistas, membros, horários, lugares, nações. Apesar disso, possui uma espécie de cultura particular e também uma língua predominante, o inglês, adotada pelos internautas que viajam pelo ciberespaço.

A Internet é, ao mesmo tempo, um mecanismo de disseminação da informação e divulgação mundial e um meio para colaboração e interação entre indivíduos e seus computadores, independentemente de suas localizações geográficas.

Com a Internet, o indivíduo não fica somente no papel de receptor passivo, há a possibilidade de escolha, há decisões a serem tomadas. O volume de informações emitidas é maior, bem como a rapidez com que chegam aos

lares, oportunizando-se situações que as tecnologias anteriores não possibilitavam.

A Internet não tem dono, segundo Costella (1984: 35), e, por isso:

(...) a Internet tem sido um foro aberto a todos, no qual vigora a mais ampla liberdade de expressão. Escancara maravilhosa perspectiva de enriquecimento científico e cultural para milhões de seres humanos e faz prever uma incrível aceleração do curso da história como nunca ousamos imaginar. Em contrapartida, na rede criaram-se situações que afetam a privacidade, a honra das pessoas, e outros vários problemas que as legislações territoriais vigentes nos países e as normas internacionais ainda não conseguiram disciplinar.

Percebe-se que a sociedade atual vive uma revolução tão marcante quanto a descoberta da escrita. A forma verbal e escrita vem sendo influenciada pela linguagem e pelas possibilidades da rede. Logo no início da expansão da Internet, chegaram a especular que o mundo digital acabaria com os livros. Mas atualmente é possível constatar que aconteceu o contrário. Os escritores usam a Web para divulgação e alguns até lançam uma parte do livro nos seus blogs e isso impulsiona as vendas.

O jornalista e escritor Zuenir Ventura (*apud* FERRARI, 2004: 81) também acredita que a Internet não é inimiga da literatura:

Esta história de que a televisão acabou com a literatura, o computador acabou com o livro, a Internet acabou com não sei o quê, isso é uma constatação apocalíptica que não tem o menor sentido. Já que estou falando em apocalíptico, vou lembrar de Umberto Eco, que é um dos maiores homens das letras. Ele diz que a Internet veio para salvar a palavra escrita. Se a televisão estava matando, a Internet pode salvá-la. É um raciocínio interessantíssimo. Realmente, nunca se escreveu tanto como se escreve hoje.

É importante lembrar que, apesar das facilidades geradas pela informatização e pela Internet, somente têm acesso a elas aqueles que dispõem de recursos para obter tais meios e desfrutar de suas possibilidades, como exemplifica DUPAS (2005: 99):

- Disponibilidade econômica para compra de aparelhos;
- Domínio do conhecimento necessário para acioná-los em sua ampla capacidade de operação;
- Domínio do conhecimento necessário para aplicá-los em campos específicos do mercado de trabalho.

Na visão de Baccega (1997: 150):

A importância da comunicação, hoje, não reside mais naquilo que a tecnologia possibilitou aos meios enviar como mensagem. A importância da comunicação reside no outro lado: o lado de quem recebe a mensagem. O lado do cidadão. O que ele escolhe receber e o que ele entende do que recebeu. É a sua escolha e o entendimento do que escolheu estão ligados ao cidadão que ele é. Estão ligados à identidade do lugar onde vive, estão ligados à sua identidade pessoal.

O homem, desde os primórdios da sociedade, sentiu necessidade de se comunicar. Novas técnicas foram sendo construídas a partir de suas necessidades, através de diversas maneiras, como trocas, alimentos, etc. Isso foi acontecendo num processo crescente, fazendo com que o homem desenvolvesse a pré-escrita (modelagem), criasse a xilografia (árabes), o papel, os caracteres móveis para impressão manual e a impressão mecânica.

Assim, os escritos puderam atravessar distâncias geográficas e cronológicas, foram levados de um lado a outro do planeta e, ao transmitir conhecimentos entre pessoas de sua época, contribuíram para o registro da história humana.

O homem passou a ter a capacidade de ler, reler, meditar e analisar o que era produzido e registrar, adquirindo com isso a possibilidade de criar novas invenções para o desenvolvimento da população.

A partir daí, iniciou-se uma corrida para novas invenções. O próximo foi o telefone, que foi o grande marco mundial das telecomunicações, com o seu inventor, Graham Bell. Ele criou o primeiro protótipo do telefone e patenteou-o no ano de 1876, algumas horas antes de outro inventor, Elias Gray. O telefone transmite a voz à distância, depois de transformá-la em impulsos elétricos.

Depois veio o rádio, em 1895, com a invenção do cientista italiano Guglielmo Marconi. No Brasil, a partir de 1950, as transmissões televisivas passaram a ligar, em tempo real, as regiões de todas as partes do País. Assim, com o desenvolvimento da mídia, da fotografia, do rádio e da imagem e sons gravados em mídia magnética, as pessoas passaram a incorporar essas tecnologias nos espaços residenciais.

A explicação de Baccaga (1997: 144) sobre a televisão, diz o seguinte:

Quando a televisão se instalou no Brasil, a venda de aparelhos ultrapassou, e muito, as expectativas das grandes empresas. O número de aparelhos vendidos foi tão grande que se dizia com frequência que as culturas regionais desapareceriam. Todos nós,



brasileiros, teríamos o mesmo jeito de ser e de pensar. E sabemos que isso não aconteceu.

Outro invento importante foi o computador, e através dele surgiu um meio de comunicação revolucionário, a Internet, que mescla outras invenções anteriores, como o telefone, o rádio e a televisão.

Em 1969, a Internet foi concebida por uma organização do Departamento de Defesa norte-americano que criou a ARPANET, uma rede nacional de computadores que servia para a comunicação emergencial caso o país fosse atacado pela União Soviética ou outros países. A Internet gráfica, que é conhecida hoje, só surgiu em 1989, quando Tim Berners Lee escreveu um programa que organizava informações e, em seguida, propôs a World Wide Web. Só em 1992, que a Internet começou a ser instaladas nas universidades do Brasil, mas ainda tinha um monitor de tela preta com letras e números verdes. A partir deste ano, foram sendo criadas novas interfaces, até surgir o *Yahoo!*, o primeiro site de buscas

A Internet é, ao mesmo tempo, um mecanismo de disseminação da informação e divulgação mundial e um meio para colaboração e interação entre indivíduos e seus computadores, independentemente de suas localizações geográficas.

Com a Internet, o indivíduo não fica somente no papel de receptor passivo, há a possibilidade de escolha, há decisões a serem tomadas. O volume de informações emitidas é maior, bem como a rapidez com que chegam aos lares, oportunizando-se situações que as tecnologias anteriores não possibilitavam.

A Internet permite a troca de dados entre si, possibilitando uma comunicação através de protocolo, unindo o mundo em um idioma comum. A Internet tem a capacidade de integrar todos os aspectos referentes aos veículos de informação tradicionais, tornando-se única. Existem elementos próprios, como a hipertextualidade, que possibilita a congregação de conteúdos por meio de *links* e a hipermediação, que permite ao usuário o emprego de vários suportes informativos em uma mesma percepção da mensagem. Dessa forma, até mesmo o rádio pode ser ouvido em tempo real nos sites de emissoras ou *webrádios*, uma vez que tenha conexões disponíveis, assim como a televisão pode transmitir imagens captadas em tempo real.

Graças ao hipertexto, é possível que um veículo de informação que esteja configurado ao ambiente virtual seja capaz de ser acessado em qualquer ponto do mundo, desde que exista uma rede de computadores ligados à Internet para existir a correspondência.

A produção de notícias on-line parte da concepção da Internet como uma nova mídia, sendo que suas especificidades levam à construção de uma identidade profissional diferente dos outros meios de comunicação

## 2.1 O JORNALISMO ON-LINE

“A Internet é outra coisa, uma outra verdade e conseqüentemente uma outra mídia (...)”. (FERRARI, 2004: 45)

Para Pollyana Ferrari a Internet fracassou. A autora de *Jornalismo Digital* (2004) achava que, em 2000, já haveria mais gente se divertindo na Internet do que vendo televisão. Afinal, o número de computadores em 1993 era de 1,7 milhão e, em 1997 já havia passado para 20 milhões.

A verdade é que para a geração que acompanhou o surgimento da World Wide Web, viveu a febre dos chats e ficou deslumbrada com o surgimento de páginas coloridas e janelas do Windows 95, é uma decepção o fato de que a vida digital ainda não tenha chegado de fato. A expectativa era de que fosse ser possível respirar a teia 24 horas por dia.

Mas a maioria dos brasileiros só teve contato com a Internet em 1995. Em 1998, Pollyana Ferrari já havia sido chamada para editar o primeiro site com noticiário diário de uma revista semanal, a *Época* – que também foi pioneira em usar o *crossover* de mídias, ou seja, colocar na matéria da revista uma chamada para um áudio/vídeo que estivesse no site.

No ano da Internet gratuita no Brasil, 2000, Pollyana tornou-se diretora do portal iG, onde tinha a responsabilidade por todo conteúdo gerado e exposto na home do veículo. Ela passou a “respirar, dormir e acordar” com a palavra portal na cabeça e fez uma constatação óbvia para qualquer estudante que já tenha estagiado nas diversas áreas do jornalismo. “Por mais que a academia forneça o alicerce teórico, é no sufoco do

fechamento, que nós, jornalistas, aprendemos como fazer jornalismo”. (FERRARI, 2004: 14)

O fazer jornalístico na Internet, embora recente, já está sendo discutido por alguns autores. Os pontos abordados mais relevantes são: o empacotamento da notícia, o *crossmedia*, a crise da autoria, o empilhamento de informações, o jornalismo de portal, o comportamento do público-alvo, a personalização de conteúdo, a redução do número de fontes, a interatividade e sua consequência em outras mídias. Nossa! Dá para perder o fôlego com essa lista.

Mas cansativa mesmo é a rotina de um repórter Web. Ele precisa estar em estado de alerta permanente, como exemplifica Ferrari (2004:14):

Você percebe que está imerso num mundo virtual quando, ao dirigir seu carro em direção a um supermercado, ouve pelo rádio a notícia de um acidente com um avião na pista do aeroporto, pára o carro, liga do celular para o plantonista da redação, dita a notícia que anotou naquele bloquinho sempre à mão, indica uma visita aos sites de trânsito para verificar se a área foi isolada, pede para pôr a nota no alto da tela, olhar a concorrência e preparar uns hipertextos sobre acidentes aéreos com o resumo dos mais graves nos últimos anos. Aproveita e solicita ao designer, que domina a tecnologia Flash, para criar um infográfico animado explicando o que aconteceu. E avisa que, se o assunto crescer, é só ligar que você vai correndo para a redação. Imagine esse tipo de situação todos os dias.

Imaginar a situação do exemplo acima não é difícil, complicado mesmo é chegar a este nível de pensamento hipertextual. Para Ferrari, o jornalista digital deve ser alguém com jogo de cintura suficiente para adaptar conteúdo aos mais diversos formatos de distribuição. Além de ter de sobreviver a diversas incumbências, como fazer a moderação de chats e fóruns, elaborar enquetes e editar HTML, enfim, tudo que envolve o ciberjornalismo. E, muito em breve, também empacotar para a TV Interativa.

Fora tudo isso, ainda há empresas jornalísticas que demandam um profissional de Internet que exerça uma função similar a de um gerente do produto: acumulando a tarefa de cuidar, planejar, viabilizar financeiramente e até manter vivo o produto virtual.

Se a nova geração já se acostumou a mexer em várias mídias ao mesmo tempo, para ser um webjornalista também é obrigatório escrever corretamente e em português culto. Ferrari (2004: 42) define bem esta questão ao dizer que:

(...) não basta ser multitarefa e esperto com a tecnologia presente na Web, é preciso ter background cultural para conseguir contextualizar a informação e empacotá-la de um jeito diferente a cada necessidade editorial.

A capacidade de adaptação também será uma qualidade valorizada no novo profissional, porque ele deverá aprender a escrever notícias para diferentes formatos de distribuição, como a televisão interativa. Sobre este ponto, Ferrari acrescenta que seria necessário escrever notícias para Internet móvel (atuais celulares Wap). A autora acertou, porque isso já acontece. Para dar um exemplo, a Globo.com mantém uma equipe de 12 jornalistas e quatro estagiários para, entre outras coisas, produzir pílulas noticiosas para celulares de todo território nacional.

Mas Ferrari errou ao afirmar que a pressão para um webjornalista é muito maior do que a da mídia tradicional. A rotina de um profissional de TV, em especial se for um canal do tipo *all news*, é tão desgastante quanto e exige o mesmo nível de alerta permanente.

Todas as qualidades listadas para se tornar um webjornalista parecem não estar sempre refletidas no trabalho atual da cobertura jornalística dos sites. Os pontos negativos dessa cobertura são comentados por outros autores.

José Afonso da Silva Junior (In MACHADO & PALACIOS, 2003), por exemplo, identifica três características presentes na produção de portais informativos: a repetição, a previsibilidade e a homogeneidade. Para isso, analisa durante uma semana (entre 21 e 27 de abril de 2002) três veículos de informação: a *Agência Estado*, a *Folha Online* e o jornal *Último Segundo*.

O autor aponta que os veículos online têm um problema-síndrome, que é uma “sistemática similitude” presente em diversos deles ao mesmo tempo. José Afonso destaca a semelhança existente entre a cobertura dos sites analisados, bem como a permanência de práticas ainda arraigadas ao jornalismo impresso. Segundo ele, a *Agência Estado* e a *Folha de S. Paulo* seriam veículos mais parecidos pelo fato de operarem na mesma área geográfica e terem estrutura organizacional parecida. O jornal *Último Segundo* se diferenciaria, em parte, por ter a proposta de consolidar a prática de *hard news*, priorizando quantidade de matérias por dia. Mesmo assim, em relação a editorias como Política, Esportes, Brasil, Internacional, Economia e Ciência e Saúde, todos os veículos apresentariam divisão de matérias de modo muito semelhante.

José Afonso (In: MACHADO & PALACIOS, 2003: 149) afirma que a similitude de conteúdo entre os veículos analisados não seria coincidência, pois “haveria uma fortíssima tendência de visão homogênea e pasteurizada do mundo, um tipo de mais do mesmo ou variações sobre um mesmo tema noticioso”.

O autor critica a falta de originalidade na cobertura feita por jornalistas, mas também afirma que a recorrência de temas poderia indicar uma boa atenção, por parte dos veículos, em relação aos temas que deveriam constar na agenda pública daquele contexto.

A redução gradual do número dessas fontes, segundo Ferrari, começou em 2001, quando as agências de notícias e as empresas de previsão do tempo passaram a ser as mesmas. O que mudava era o empacotamento da notícia, ou seja, o tratamento gráfico e os hipertextos que seriam relacionados ao fato noticiado.

A crítica às variações de um mesmo tema noticioso também aparece em “*Dogmas Digitais*”, de Pedro Dória (In: BRASIL & ARNT, 2002). Para ele, tudo se parece porque não se arrisca. Na opinião de Susana Barbosa (In BRASIL & ARNT, 2002), o texto do jornalismo de portal é fragmentado e altera o conceito de notícia. As pílulas noticiosas, publicadas a todo instante, romperiam com o modo de organização da empresa jornalística: a prática iria contra a *dead line* na narrativa.

Infelizmente, muitos sites noticiosos ainda dão mais importância em alimentar a home com pílulas noticiosas em tempo real. Não percebem que os leitores não se importam com qual veículo deu a notícia primeiro e que eles só querem que a informação seja completa e verdadeira.

O empacotamento da notícia, que envolve o uso das mesmas fontes por vários sites, é muito prejudicial para a riqueza da cobertura feita para a Web, meio que deve se valer cada vez mais da possibilidade de personalização da informação.

Outra crítica feita por Ferrari (2004) observa que se cria uma informação limpinha nos noticiários da Internet, porque quando a reportagem era publicada, o texto já havia sido “escrito, reescrito e consertado” para o padrão do veículo. A partir disso, a autora observa que a sociedade absorve a informação sem dor ou riscos. Ferrari (2004: 23) acredita que:

(...) os portais são os maiores contribuintes para a formação do leitor passivo e acostumado a dar uma olhada em diferentes janelas, mesmo sem se aprofundar em nada.

Pierre Lévy (*apud* FERRARI, 2004: 21) acrescenta:

(...) quanto mais informações, mais equivocados ficam os leitores. Criamos uma sociedade com uma consciência sem história, sem passado, voltada para a atemporalidade da inteligência artificial. Vivemos a sociedade da informação que não informa, apenas absorve grande quantidade de dados.

Em relação ao leitor, Lia Seixas (In: MACHADO & PALACIOS, 2003) lembra que é ele quem define o ritmo da produção e que o jornalismo digital é personalizado: os veículos de comunicação permitem ao usuário configurar os produtos de acordo com seus interesses individuais. Ela afirma que o novo tipo de tecnologia desenvolvido permite que a empresa descubra as necessidades de cada internauta, podendo assim direcionar, também, a publicidade.

Mas Ferrari (2004) ressalta que muitas das iniciativas do mercado apresentadas como personificação, são apenas customização de browser - um recurso que deixa o usuário alterar a disposição da home page, efetuando mudanças como substituir o botão de entrada do fórum pela agenda de programação de teatro. Ou seja, algo que passa longe do real conceito de personalização.

Os portais e sites de informação trazem a cada minuto um bombardeio de informações sobre tudo o que acontece no mundo.

Para Dupas (2005: 108), deve-se:

(...) considerar quem é que está produzindo a informação de que me sirvo e em que circunstâncias tal informação foi produzida e divulgada; variar cada vez mais as fontes de informação ou meios de comunicação de que me sirvo para conhecer os fatos; dialogar com pessoas e grupos sobre as informações recebidas ajuda a refletir melhor sobre as diferenças constatadas, ajuda a perceber diferenças de enfoque das diferentes empresas de comunicação.

O conteúdo jornalístico tem sido um importante chamariz dos portais. Foi em 1998, que os portais norte-americanos passaram a colocar notícias nas home pages, com simples links diretos para os veículos ou com parcerias de conteúdo. O *Yahoo!* foi pioneiro em exibir na barra de navegação a palavra *news*, que dava acesso a uma manchete com foto e mais outras quatro chamadas em formato de hipertexto. Além disso, também disponibilizava, na barra de canais do lado esquerdo da tela, um menu com links de várias editorias, como Esportes, Mundo e Ciência.

Atualmente, as sessões mais comuns nos portais são: ferramenta de busca; comércio eletrônico; e-mail gratuito; entretenimento; esportes; notícias; previsão do tempo; *chats*; discos virtuais; jogos; cotações financeiras; páginas amarelas; mapas e comunidades.

Serviços são importantes, mas é em busca de conteúdo que as pessoas acessam a maioria dos sites. Pode-se adicionar ao conteúdo online seqüências de vídeo, áudio e ilustrações animadas. E mesmo o texto deixou de ser definitivo depois de publicado. A

possibilidade de comentar as matérias acrescenta novos pontos de vista que se tornam parte da cobertura jornalística.

Tornando-se um escritor enquanto lê, todo leitor da Internet pode reconfigurar a informação de acordo com seus hábitos de leitura. Assim caracteriza-se uma outra mudança relacionada ao texto na Web: a crise da autoria. Lúcia Leão (1999: 42) explica:

O conceito de autoria é bastante complicado quando se fala em hipermídia. (...) Vale lembrar que na Web, em cada nó da rede, estamos conectados com um ponto desenvolvido por uma equipe, e podemos, no instante seguinte, estar em outro ponto desenvolvido por uma outra equipe e assim consecutivamente. Alguns pensadores já chegam a afirmar que a hipermídia representa o fim da era da autoria individual. George Landow, por exemplo, fala reconfiguração do autor, que agora sofre uma erosão do *self* com a transferência do poder autoral para o leitor, que tem à disposição uma série de opções de escolhas em seu percurso.

Para Ferrari (2004), a Internet ainda está a caminho de uma linguagem própria. Mas a linguagem própria da Internet será, durante muito tempo, a de não ter um padrão fixo, já que a vantagem do meio é a personalização. Cada público vai preferir um estilo de texto e diagramação, de acordo com suas próprias necessidades de consumo de informação.

A Internet chegou para ficar e não é uma moda. Os usuários de e-mail não vão voltar a escrever cartas. Assistir a um filme na TV ainda é mais confortável do que na tela de um computador e o mesmo acontece com o conforto maior em ler notícias impressas. Como pensam Pedro Dória e Ferrari: da cobertura que é feita hoje pela maioria dos sites, o que se espera é cada vez mais criatividade e menos empilhamento de informações.

O capítulo seguinte vai apresentar as principais características e serviços dos dez sites mais importantes que cobrem o carnaval das escolas de samba do Rio de Janeiro. Entrevistas com jornalistas e idealizadores destes endereços eletrônicos formam um panorama de como os desfiles das agremiações cariocas se tornam produto virtual, vendável ou não.

### 3 O CARNAVAL CAI NA REDE

Os desfiles das escolas de samba acontecem de forma cíclica como bem explica Cavalcanti (1994: 23):

A confecção de um desfile começa mal terminado o carnaval do ano anterior, com a definição de um novo enredo a ser levado pela escola à avenida. Dessa forma, na maior parte do tempo, o ano carnavalesco está sempre um ano na frente do calendário corrente, pois nele tudo converge para seu desfecho festivo.

Ainda segundo Cavalcanti (Idem: 23), a mídia acompanha o ciclo do espetáculo da Apoteose:

Quando as festas do ciclo natalino se encerram, o calor do verão do hemisfério Sul atinge os 49°, os preparativos do desfile ganham crescente atenção por parte da imprensa e da televisão. Sua influência na vida da cidade ressoa então pelo país e pelo mundo afora. Passada a febre carnavalesca, o desfile submerge lentamente depois da quarta-feira de cinzas; recolhe-se, silencioso e ativo, na faina do preparo do carnaval seguinte, quando toda a balbúrdia retornará.

É fato que a maioria dos veículos que noticiam o carnaval segue o ciclo e só dá destaque à festa durante os meses de janeiro e fevereiro. Mas o surgimento de sites na Internet especializados em carnaval criou uma nova forma de cobrir a festa. É nos sites de samba e carnaval que as escolas dos grupos de acesso ganham destaque. O crescimento da audiência de sites como esses fez com que os grandes veículos também criassem sites ou hotspots exclusivamente sobre o carnaval, como *Globo.com/carnaval*, *O Dia na Folia* e o blog *Roda de Samba*, atualizado pelo *Globo Online* e pelo jornal *Extra*.

Segundo a *Rio Tour* – empresa responsável pelo credenciamento de jornalistas na Marquês de Sapucaí -, a primeira cobertura do carnaval para a Internet aconteceu em 1998, para o site *Starmedia*. O repórter era Cláudio Martins - filho do ministro da Comunicação Social, Franklin Martins.

No carnaval de 2007, 17 sites foram credenciados, mas em 2006, eram 49. Isso não significa que o número de páginas virtuais que tratam dos desfiles diminuiu. O fato é que o credenciamento passa por cada vez mais restrições. Isso deve contribuir para que só os sites com objetivo de realizar um trabalho noticioso sério permaneçam com direito de cobertura.

A última exigência da *Rio Tour* foi cobrar o Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) de cada site. O *Papo de Samba* e o *Esquentando os Tamborins*



não tinham esse registro e tiveram que improvisar. Ambos usaram o número de cadastro de empresas de amigos, o *Tamborins* ficou registrado como uma cervejaria. Mas os dois casos só foram aceitos por causa do histórico da cobertura já conhecida dos sites.

A maioria dos dez jornalistas entrevistados para este trabalho citou como uma das maiores dificuldades o número reduzido de credenciais. Cada site só pode ganhar no máximo três crachás. E a maioria dos sites também está restrita a transitar pela concentração e dispersão, isto porque a pista é exclusividade da *TV Globo* e da *Globo.com*.

Os sites podem ser divididos em dois grupos: os independentes e os sites dos grupos de comunicação.

### 3.1 OS SITES INDEPENDENTES

Os sites que resultam de iniciativas pessoais são chamados de independentes. Eles cobrem o mundo do carnaval o ano inteiro, dão espaço para grupos de acesso e não dão lucro. No geral, as personalidades do samba e das comunidades das escolas de samba têm mais espaço do que artistas que surgem nos ensaios apenas semanas antes dos desfiles. As perguntas dos fóruns tratam mais de assuntos relacionados às agremiações. Os sites que mais se destacam neste grupo são:

#### 3.1.1 O Carnaval Carioca ([www.ocarnavalcarioca.com.br](http://www.ocarnavalcarioca.com.br))

O site conta com uma equipe de oito pessoas, que pode ser considerada grande por não ter patrocínio. A área mais acessada do site é a de notícias. Este campo é atualizado diariamente e traz notas curtas sobre o carnaval e sobre o mundo do samba. Qualquer internauta que se cadastrar pode receber o boletim diário informativo. Os enredos de 2008 que já foram definidos estão publicados junto com as fichas técnicas na seção “Carnaval 2008”.

Além disso, os internautas podem encontrar arquivo com fotos e informações dos carnavais de 2007 e 2006. Há um fórum atualizado semanalmente e a coluna “Confete e Serpentina” traz entrevistas interessantes que sempre relacionam duas personalidades do carnaval. Também estão disponíveis link para a comunidade do site no Orkut – que conta com 7.207 membros -, e link para o Fotolog e o Flogão, onde é possível postar fotos e deixar comentários.

Para Marcelo Gonçalves, editor do site, o principal diferencial do *O Carnaval Carioca* é conseguir reunir, em só espaço, notícias, entrevistas, fotos (de eventos, fantasias e desfiles) e o fórum de discussão. Outro ponto positivo destacado por Marcelo é que o site conquistou a credibilidade do mundo do samba por não somente noticiar um fato, mas apurar concretamente o que é notícia e complementar a reportagem com dados e consequências relevantes.

Em 2004, Marcelo fez a primeira cobertura de carnaval para o site. Ele espera conseguir patrocínio para poder investir em diferentes frentes de cobertura em 2008. O jornalista acredita que “a Internet ainda tem muito que crescer no Brasil e angariar o investimento de patrocinadores, o que pode gerar a melhor cobertura de qualquer evento. Esse meio de comunicação, porém, já provou que é capaz de furar a grande mídia tradicional”.

### 3.1.2 Galeria do Samba ([www.galeriadosamba.com.br](http://www.galeriadosamba.com.br))

O *Galeria do Samba* oferece um grande número de serviços e informações como a agenda dos próximos eventos relacionados ao samba, uma lista dos programas de rádio e TV que tratam do tema, discografia das escolas de samba, as premiações, as estatísticas, uma documentação histórica do carnaval com fichas técnicas dos desfiles desde a década de 30 e bibliografia sobre o carnaval. Também é possível participar de bate-papo e do “Espaço Aberto” – o fórum aberto para a participação de qualquer pessoa, que tem o maior número de acessos do site.

O jornalista Fábio Silva presta serviço para o site *Galeria do Samba* desde novembro de 1999. Quando foi convidado para escrever, cursava ainda o 6º período da faculdade. A primeira cobertura aconteceu no carnaval de 2000, ano em que todas as

escolas de samba apresentaram enredos temáticos sobre os 500 anos do descobrimento do Brasil.

Fábio conta que a maior dificuldade que já enfrentou na Avenida foi a falta de pessoal, afinal o *Galeria do Samba* é um veículo independente. No início, ele cobria os desfiles sozinho, se desdobrava para editar as matérias e fazer as fotos, pois a cobertura já era em tempo real. Quando terminava uma escola, ia direto para sala de imprensa para editar o texto. Fábio lembra que: “era uma correia só, mas no final valia a pena. Era um busca insana pela notícia. Hoje contamos com a ajuda imprescindível das assessorias de imprensa das escolas que facilitam muito o nosso trabalho”.

Em 2008, Fábio adianta que o site terá uma equipe mais estruturada, com um maior número de profissionais. Dentro das novidades tecnológicas estão as máquinas fotográficas mais modernas e um laptop que poderá ser usado direto da concentração e dispersão. Fábio acrescenta que o site vai tentar corrigir pequenos erros que foram cometidos na cobertura do último carnaval, como a publicação de matérias com pautas semelhantes, que foi ocasionado pela falta de comunicação entre os colaboradores.

Sobre o futuro da cobertura de carnaval na Internet, Fábio aposta que a tendência é evoluir cada dia mais. Ele afirma que: “atualmente, o acesso a Internet é infinitamente maior que quando começamos há oito anos. Os sites especializados em carnaval estão se estruturando melhor, colocando em primeiro plano o profissionalismo e o comprometimento com seus leitores. Hoje, servimos de pautas para os outros veículos. Conquistamos a confiança através das informações postadas. Acompanhei de perto essa evolução. Cada veículo quer mostrar o seu diferencial, fazendo que a qualidade se eleve e quem sai ganhando com essa ‘concorrência’ são os internautas”.

### 3.1.3 Papo de Samba ([www.papodesamba.com.br](http://www.papodesamba.com.br))

A principal característica do *Papo de Samba* é ter muito conteúdo informativo e histórico. E foi com este objetivo que ele foi criado. A editora Denise Carla conta que a idéia de criar o site surgiu em 2000. Ela havia começado a escrever algumas matérias para o site *Globeleza* (da *TV Globo*), enquanto aguardava o começo de um trabalho real na emissora como operadora de caracteres. Como ela precisava acompanhar os acontecimentos carnavalescos para pautar algumas notícias e entrevistas, teve que recorrer a uma busca constante de informações. Ela mesma não

conhecia os sites já existentes e, em alguns deles, encontrava dificuldade de navegação. Então, passado o carnaval, decidiu criar uma espécie de portal com o maior número de informações possíveis e com arquivo das notícias para facilitar a vida do profissional do samba (ou amante do tema) que não estivesse todo o tempo inserido no contexto. Assim, em novembro de 2001, o *Papo de Samba* se tornou uma realidade.

Denise ressalta que sempre teve uma preocupação muito grande em não fazer nada muito igual ao que havia na época. Ela observou os sites existentes e passou a criar o conteúdo que sentia falta nos outros. O site nunca teve a preocupação de ter uma cobertura em tempo real. O maior objetivo sempre foi trazer notícias completas e com opinião.

Como foi dito anteriormente, a dificuldade mais apontada pelos jornalistas entrevistados é o número reduzido de credenciais e o acesso restrito à concentração e dispersão na Avenida. Mas Denise nunca teve esse problema por trabalhar na *Globo* e por ser conhecida no mundo do carnaval. Ela conta que sempre foi um pouco “arroz de festa”, ou seja, procurava estar em todos os eventos do samba, desde os mais “chiques” até os mais simples. Assim, Denise explica que: “quando o site foi criado já tinha um nome no meio carnavalesco porque havia completado 20 anos de cobertura dos desfiles. Isso, de certa forma, abriu as portas para o projeto virtual, principalmente para cobrir os diversos eventos”.

Denise aponta que a maior dificuldade sempre foi a falta de patrocínio. Quando pensou em criar o site, ela queria que fosse um espaço para as escolas de samba de todos os grupos, blocos, rodas de samba e etc. A jornalista pensou que teria uma certa facilidade em conseguir patrocínio para tocar o projeto. No entanto, como ela conta: “por muito tempo cheguei a tirar dinheiro do meu bolso para manter o site. Só depois consegui o apoio da loja *Caçula* que, pelo menos, evita o prejuízo. A verdade é que o *Papo de Samba*, apesar da seriedade e profissionalismo que procuro manter desde a sua criação, não é um grande portal, é caseiro. Além desta dificuldade, as pessoas eram muito incrédulas com relação à Internet. Hoje, isso está até melhorando. Diversos sites especializados em carnaval conquistaram seus espaços”.

Atualmente, o design do site já está em sua terceira versão e vai sofrer algumas modificações ainda este ano para ficar mais *clean*. A aparência do site, sem poluição visual é, para Denise, um dos diferenciais. As outras vantagens da cobertura estão nas fotos sempre legendas e a presença de vídeos. A idéia de disponibilizar vídeos

utilizando o *YouTube* foi do mais novo colaborador do site, Daniel Targueta – cuja entrevista também está neste trabalho.

No carnaval de 2008, a cobertura ganhará o reforço de mais fotógrafos e um laptop, que agilizará a atualização. Os vídeos terão mais destaque na home. Denise acredita que a seção dos vídeos se tornará a área mais acessada – atualmente é o “Giro Pela Cidade”. Esta seção vai se tornar “Destaques” e tudo que existir de novo vai estar nela. Assim, o site vai estar sempre com uma cara nova.

Outra novidade para o próximo carnaval é a criação de um fórum de discussão só para pessoas cadastradas e “conhecidas”. Denise explica a razão: “o objetivo deste fórum será trazer discussões civilizadas e sérias sobre os temas relacionados ao carnaval. Não quero opiniões vazias e troca de farpas entre torcedores das escolas de samba, como acontece no ‘Espaço Aberto’. O fórum será para troca de informações e críticas de qualidade”.

Denise acredita que foram os sites especializados em carnaval que modificaram a cobertura dos sites grandes, mesmo com uma grande diferença de acessos entre eles. Para citar um exemplo, o *Papo de Samba* tem, em média, 12 mil acessos por mês. Durante o carnaval a média vai para 40 mil, já o *Dia na Folia* teve 100 mil em um dia de folia. Denise tem convicção que a audiência vai crescer ao longo dos anos e espera que no futuro exista mais criatividade na cobertura feita na rede. “Eu já tenho mais de quatro anos de site e não estacionei”, afirma Denise.

### **3.1.4 Esquentando os Tamborins ([www.tamborins.com.br](http://www.tamborins.com.br))**

A insatisfação com a cobertura do carnaval feita pela mídia levou Alfredo Oliveira a criar o *Esquentando os Tamborins*. “As pessoas que fazem o samba não eram e ainda não são valorizadas na grande mídia e eu resolvi escrever o que faltava”, disse.

Em 2000, depois de ler apostilas sobre sites e Internet, conseguiu criar e hospedar o site em um provedor gratuito. A princípio, o *Tamborins* não tinha o objetivo de noticiar, era apenas um acervo sobre os carnavais, os sambistas e as escolas de samba do Rio de Janeiro. A primeira cobertura dos desfiles aconteceu em 2001, mas Alfredo ainda desfilava em várias escolas. Só em 2005 parou de desfilar para conseguir fazer melhor a cobertura.

Alfredo conta que para o *Esquentando os Tamborins* se firmar, houve uma novidade chave: “fui o pioneiro em disponibilizar o áudio dos sambas concorrentes”. Em agosto de 2000, começou a conseguir fitas com os compositores. Mas não era nada fácil. A Internet não era conhecida e os sambistas achavam que ele queria a fita para botar na “macumba”.

Neste primeiro ano, Alfredo conseguiu digitalizar 30 sambas. Em 2001, foram 85 e, em 2006, colocou mais de 300 sambas concorrentes para o carnaval de 2007 e comemora a mudança na mentalidade dos compositores: “hoje eu não procuro mais os compositores. Neste último carnaval recebi todos os sambas pela Internet e por correio em CD. Já recebi carta de agradecimento de sambistas e, quando tive um problema na conexão e não pude colocar sambas por uma semana, compositores vieram de Niterói para Padre Miguel, onde moro, só para saber a razão do samba deles ainda não estar no site”.

No carnaval de 2004, Alfredo e Eugênio Leal – hoje colunista do site – se revezaram, desde as escolas mirins, para realizar uma cobertura em tempo real. Na sala de imprensa do Sambódromo, eles postavam notas e fotos dos desfiles. Alfredo lembra que *O Dia na Folia* só começou a fazer essa atualização em 2005.

No último carnaval, Alfredo fez uma parceria com o Tudo de Samba. As equipes dos sites trabalharam em conjunto e o noticiário foi compartilhado. Em troca ele deu apoio técnico ao site da jornalista Simone Fernandes – assessora da Unidos da Tijuca em 2007.

Como principal diferencial do *Tamborins*, Alfredo destaca ter o maior número de colunistas, que resultam em mais abordagens diferenciadas, análises críticas e aprofundadas. “Não fazemos um registro do fato, nós damos opinião”, afirma. Mas Alfredo lamenta ainda não ter verba para comprar uma câmera e disponibilizar vídeos no site.

A idéia de disponibilizar os sambas concorrentes já foi copiada pelo *O Dia na Folia* e pelo *O Carnaval Carioca*. O *Tamborins* já ganhou um reconhecimento acima da média dos outros sites independentes. O recorde de acessos do site aconteceu na última quarta-feira de cinzas: 12 mil. Segundo Alfredo, a vontade se informar do público do *Tamborins* é a mesma de se expressar, pois a área de noticiários e a do fórum são as mais acessadas.

O tipo de retorno que o site traz não é financeiro. Alfredo, que já era programador, conta que desenvolveu programas para o site que acabou vendendo para outros. Em 2008, ele pretende lançar um site vendável sobre o carnaval. A parceria com *Tudo de Samba* será mantida neste novo produto, que vai buscar anunciantes. O conteúdo continuará a ser crítico e opinativo, mas vai ter toda futilidade desejada pelo público geral. “Vamos dar destaque para as musas do carnaval, mas também vamos tratar os sambistas como celebridades. Esse tipo de abordagem não cabe no *Tamborins*. Tentamos manter uma coluna com a opinião de artistas sobre o carnaval e ela foi muito criticada pelo público fiel do *Tamborins*, então, tiramos do ar”, lembra Alfredo.

A opinião dos internautas sempre teve influência no *Tamborins*. Alfredo acredita que o público vai produzir cada vez mais conteúdo para os sites. Para dar um exemplo, um internauta que sempre dava opiniões consistentes no fórum foi convidado para ser colunista e criou a seção *Dedo de Prosa*.

### 3.1.5 Tudo de Samba ([www.tudodesamba.com.br](http://www.tudodesamba.com.br))

A jornalista Simone Fernandes criou o *Tudo de Samba* em dezembro de 2004. Ela lembra que todos os sites que faziam cobertura de carnaval na época não criticavam as agremiações. “As matérias eram contemplatórias. Parecia que as escolas não erravam. Era tudo lindo e isso me incomodava muito. Assim, sempre escrevi de forma crítica. Mas, no início, as pessoas do mundo do samba não estavam acostumadas com isso e muitas passaram a me tratar diferente. Com o tempo, elas foram se acostumando”, conta.

A área de notícias, além de ser a mais acessada do site, é a responsável pela grande credibilidade do *Tudo de Samba*. Segundo Simone, “nunca foi colocado no ar uma informação errada ou uma fofoca. Tudo sempre é apurado e nem por isso deixa de ser dado em primeira mão”.

Simone trabalha como assessora da Unidos da Tijuca e, entre 2001 e 2004, assessorou a Portela. Para não receber críticas que a acusasse de favorecer a agremiação onde estivesse atuando, quem escrevia o texto daquela escola era sempre outro jornalista. Em 2007, este outro jornalista foi Alfredo Oliveira, do *Tamborins*, com o qual o *Tudo de Samba* tem parceira.

Para completar a equipe do site, há mais dois colunistas e uma fotógrafa. Como o site não dá lucro, todos trabalham por amor. Conseguir patrocinador é apontado por Simone como a maior dificuldade que enfrenta. Além disso, também fez questão de ressaltar o problema da restrição de acesso no Sambódromo durante os dias de desfile: “os sites independentes divulgam o carnaval o ano inteiro. Todos esperam ansiosamente pelo dia dos desfiles, mas quando eles acontecem, a gente só pode ficar na concentração por causa da concessão da Globo. Acho isso um absurdo”.

No próximo carnaval, o *Tudo de Samba* estará mais focado nas escolas dos grupos de acesso, já que as notícias do Grupo Especial estarão em um novo site que será lançado em 2008, também em parceria com o *Tamborins*.

### 3.1.6 Setor 1 (www.setor1.com)

Da lista dos sites presentes neste trabalho, este é o site mais novo. A primeira cobertura do *Setor 1* foi do último carnaval, em 2007. Apesar disso, o site já conta com dez pessoas na equipe e oferece muitos serviços: newsletter, busca; reportagens especiais; perfis de pessoas do mundo do samba; vídeos e galeria de fotos – área mais acessada.

Um detalhe que parecia uma falha do site é deixar a seção *Notícias* vazia, apenas com a seguinte mensagem: “em um desses dois sites, [www.tudodesamba.com.br](http://www.tudodesamba.com.br) ou [www.odianafolia.com.br](http://www.odianafolia.com.br), você poderá encontrar notícias relacionadas ao carnaval carioca”. Mas uma das idealizadoras do site, Cássia Valadão, explica: “quando pensei em criar um site, tinha em mente que não teria tempo suficiente para dar todas as notícias e, além do mais, muitos sites já faziam justamente isso. Logo, pensei que o diferencial do site seria dar mais atenção aos grupos C, D e E que desfilam na Estrada Intendente Magalhães. Decidi aprofundar as informações ao invés de dar notinhas, pois não temos como competir, por exemplo, com o portal *O Dia na Folia*”.

Cássia considera falho o sistema de publicação do site. Atualmente, tudo que é produzido precisa ser enviado para o webdesigner colocar no ar. Isso deve ser corrigido para o carnaval de 2008. Ela já adianta uma outra correção para o próximo ano: “nossa equipe cometeu o erro de não se organizar com a antecedência necessária



par o carnaval de 2007, por isso, ficamos sem repórter para nos ajudar na cobertura do Grupo E. Também só pudemos fazer a cobertura online dos desfiles do Grupo de Acesso A, porque nosso webdesigner estava acordado assistindo à TV e resolveu nos dar uma forcinha”.

Sobre o futuro da cobertura do carnaval na Internet, Cássia acredita que vai ser cada vez melhor: “a cobertura começou de uma forma amadora, por volta de 1998, quando fora criado o site *Galeria do Samba*, e desde então vem se superando. Além disso, novos portais de carnaval surgem a cada ano, o que acirra a competição saudável pelo conteúdo diferenciado, melhor apurado e original”.

Outro fator importante citado pela estudante de jornalismo é a credibilidade que os sites independentes vêm ganhando junto aos representantes das escolas de samba. “Eles estão descobrindo o valor multimídia da Internet e, assim, fazem com que o leitor sinta-se cada vez mais confortável ao acessar os site e vivenciar os acontecimentos relativos à festa, como se fizessem parte de uma comunidade virtual de carnaval. Através dos sites, mediante as ferramentas de interação, os internautas fazem novos amigos, discutem informações, tornando-se receptores e emissores ao mesmo tempo”, conta Cássia.

### 3.1.7 O Batuque.com (www.obatuque.com)

A credibilidade citada por Cássia do *Setor 1*, é a maior reclamação de Wellington Lopes, criador do *O Batuque.com*. Para ele, as escolas ainda não dão a importância merecida aos sites: “essa relação está melhorando, mas está muito longe do ideal. Para os que gostam de carnaval durante todo o ano, os sites são os melhores veículos de informação. É notícia a cada minuto. E os sambistas precisam ter maior consciência disso”.

O sonho de Wellington era criar um veículo que falasse do carnaval durante todo o ano. Inicialmente, fez um impresso, com recursos próprios, mas não teve sucesso. Isso aconteceu em 1995, quando a Internet era muito pouco conhecida. No ano seguinte, criou o jornal chamado *O Batuque*, cuja equipe tinha, além dele, dois primos e um repórter da *TV Manchete*, Paulo Garritano, que fazia o *Esquentando os Tamborins*. Mais uma vez, o impresso não deu certo por falta de patrocinador.

Wellington tentou mais uns três anos e parou. Em 2002, um colega deu a dica: “coloca na Internet que é mais barato”. O conselho foi seguido em 2003, com o

lançamento do *OBatuque.com*, que não dá lucro. Tudo é feito somente pelo amor ao samba e mais especificamente, ao carnaval.

Como já foi mencionado, o fato da credencial só permitir acesso à concentração na Sapucaí, devido à concessão da *Rede Globo*, motivou uma decisão radical de Wellington: “a restrição me desmotivou a cobrir o Carnaval 2007 no Sambódromo. Fizemos a cobertura na Intendente Magalhães, onde somos muito bem recebidos”.

Não cobrir o Grupo Especial não foi um problema para os internautas. Segundo Wellington, as entrevistas e as matérias feitas em locais onde a grande mídia não está são as áreas mais acessadas do *O Batuque.com*. Por isso, em 2008, Wellington adianta que não vai ter nada muito diferente no site: “vamos aprimorar a cobertura nos Grupos de Acesso C, D e E. Neste ano, fizemos vídeos dessas escolas e foi um sucesso”.

### 3.2 - OS SITES DOS GRUPOS DE COMUNICAÇÃO

O segundo grupo de sites compreende os produtos que são resultados de iniciativas de empresas grandes e já conhecidas. Diferente dos sites independentes, estes têm patrocinador, dão lucro e, geralmente, contam com uma equipe maior durante os dias de desfile.

As fotos e vídeos com as musas que desfilam na Avenida sempre ganham mais destaque do que qualquer entrevista com um sambista ou carnavalesco. As matérias sobre os relacionamentos de celebridades durante o carnaval também batem recordes de acessos nesses sites. As enquetes também costumam tratar de artistas, como exemplo, quase todos os sites deste tipo elegeram a rainha de bateria mais bela do carnaval.

Durante o mês que antecede o carnaval, janeiro, surgem muitos sites deste tipo. Quando o site é criado e desaparece logo após o fim dos desfiles, ele é chamado de hotsite. Mas alguns endereços eletrônicos só são criados para conseguir credenciais. Os produtos que realmente merecem destaque são:

### 3.2.1 - O Dia Na Folia ([www.odianafolia.com.br](http://www.odianafolia.com.br))

*O Dia na Folia* marcou a entrada de um jornal de grande circulação no Rio de Janeiro dentro da cobertura do carnaval carioca na Internet. Em outubro de 2003, visando o carnaval 2004, notas de carnaval começaram a ser publicadas na editoria Rio do *DIA Online*. O site especial do carnaval só entrou no ar em janeiro de 2004.

Segundo o jornalista Alberto João, *O DIA na Folia* provou que é possível ter um espaço para o carnaval na grande mídia durante o ano inteiro. Hoje, o site disponibiliza áudios dos sambas concorrentes para o carnaval, vídeos das finais de samba-enredo e dos ensaios técnicos na Sapucaí, além das matérias completas sobre os enredos, carnavalescos e todos os preparativos para o próximo carnaval.

O número de acessos ao conteúdo varia de acordo com o período do ano. Após o carnaval, o público quer saber sobre o troca-troca nas escolas. Depois, surge o interesse pelos enredos. A partir de agosto até outubro, o quente é a fase de escolha dos sambas. Em dezembro, os assuntos são os ensaios técnicos na Sapucaí.

Mesmo sendo de um grande jornal, a maior dificuldade apontada por Alberto era ter equipe para cobrir todos os acontecimentos. O horário dos eventos também era um fator negativo, pois tudo acontece de noite ou de madrugada. Atualmente, o maior desafio é continuar um lema: estar em todos os eventos e noticiá-los em tempo real.

Alberto é responsável pela editoria de esporte do *DIA Online* e afirma que é difícil conciliar com o carnaval. Neste primeiro semestre, o repórter Raphael Azevedo cuida do *O Dia na Folia*. A parte de Alberto começa em agosto com os sambas concorrentes. Ele também participa de eventos com o sorteio da ordem de desfile e entregas de sinopses dos enredos, que acontecem antes de agosto.

A equipe do *O Dia na Folia*, em 2008, deve contar com mais pessoas. Existe a possibilidade de melhorar a cobertura de blocos e investir nos Grupos de Acesso. No Grupo Especial, a proposta é continuar com a cobertura em tempo real, com vídeos e fotos. Já nas reportagens, o objetivo é focar nas pessoas das comunidades, os baluartes do carnaval.

Alberto João tem convicção de que a Internet é a ferramenta de divulgação do carnaval e explica que: “como o espaço no impresso é sempre pequeno, a Internet é o veículo ideal para propagar todo tipo de informação. Temos sites não-oficiais de grande valor para o carnaval, como o *Galeria do Samba* e o *Tamborins*. Porém, a grande mídia só entra em dezembro ou janeiro. Com o surgimento do site do *Extra* – que passou a

abrigar o blog *Roda de Samba* - eu acredito que o carnaval também será muito valorizado, já que é uma festa popular”.

### 3.2.2 Carnaval Globo.com (www.globo.com/carnaval)

Por ser um site de televisão, ele já nasceu com muitos vídeos. O site sempre é lançado em janeiro e sai do ar alguns dias depois dos desfiles das campeãs no Rio de Janeiro. A primeira versão do site surgiu em 2005 e tinha espaço para nove vídeos na home.

Ao contrário do que se pode pensar, o site da *TV Globo* só contava com um jornalista, Daniel Targueta, até o dia dos desfiles. Desde o início, o site aproveitou imagens do arquivo da *TV Globo*, para expor vídeos históricos e fazer comparações entre enredos. Este arquivo é chamado de *Centro de Documentação da TV Globo* (Cedoc) e contém as imagens dos carnavais desde 1977. Nos dias de Sambódromo, uma equipe de seis pessoas ficava, em um dos vários contêineres da *Globo* instalados próximos à dispersão, atualizando o site com vídeos e pequenas notas.

Em 2006, Daniel começou a ir a alguns barracões e ensaios técnicos para fazer matérias especiais. Na Avenida, a novidade foi que ele passou a entrevistar as pessoas antes dos desfiles e passava as notas com as aspas dos entrevistados para o site. Mas ele conta que isso não foi nada fácil: “perdi quatro quilos em dois dias. Isso aconteceu porque eu fazia as entrevistas na concentração e tinha que ir correndo para a dispersão, onde estava a ilha de edição do site. Havia rádio, mas o barulho impedia uma boa comunicação para que eu passasse a matéria do início da Sapucaí”.

Em 2007, uma grande mudança marcou o site e a audiência cresceu 600%. A *TV Globo* lançou o portal de notícias *G1* e o site de carnaval passou a ser hospedado dentro dele. Toda logística do site mudou. A identidade visual da home ficou diferente e mais colorida, ganhou cara de portal, com espaço para muitas notícias e mais fotos.

A equipe ganhou mais seis pessoas, e uma delas era repórter exclusiva do site: Susana Ramos. Ela era uma das responsáveis pelo site do *RJTV* e fazia horas extras não remuneradas para gravar as matérias de carnaval. Não era só

ela que fazia esforços extras para produzir conteúdo para o site da folia. Na verdade, toda equipe ficava além do horário. Flávio Furtado, produtor do site do *Fantástico* e Tatiana Caldas, arquiteta de páginas virtuais, editavam as entrevistas da Susana. A produção dos vídeos da repórter ficou a cargo da estagiária que foi, posteriormente, contratada e passou assinar as matérias que escrevia para o site.

A rotina de produção era muito facilitada pela estrutura e conhecimento dos produtores da televisão. Entrevistas exclusivas foram feitas graças a produtora Denise Carla, a mesma que é editora do *Papo de Samba*. Ela vira produtora durante alguns meses para produzir o carnaval da *Globo*.

O site passou a ter carro com motorista para levar o repórter para os barracões. Neste ano, Daniel foi a todos os barracões do Grupo Especial e a maioria dos de Grupo de Acesso. Susana conseguiu, após alguns atritos, um melhor relacionamento com os cinegrafistas, que passaram a se conformar que teriam que trabalhar também para a Internet. Cinegrafista exclusivo para o *Carnaval Globo.com* só existiu nos dois dias de desfile.

Neste ano, Daniel não teve que fazer a maratona entre concentração e dispersão. Todos os textos foram previamente feitos pela estagiária e as entrevistas na Avenida passaram a ser registradas em vídeo, por Susana. Um rapaz foi contratado só para levar as fitas da repórter para serem editadas e colocadas no ar na ilha. Foram feitos, em média, cinco vídeos por escola.

Apesar de todas as melhorias citadas, não foi fácil fazer uma cobertura constantemente atualizada. Era necessário ficar de olho em todos os sites especializados em carnaval para ver se havia alguma novidade. Quando surgiam fofocas, tinha que checar com a assessoria da escola. A rotina era bastante cansativa. Não havia folga porque era preciso estar presente em todos os ensaios técnicos que aconteciam nos finais de semana.

Na prática, a rotina de produção era a seguinte: às 14h de sexta-feira já era para estar na redação para checar todas as celebridades que iriam estar nos ensaios daquele final de semana. Depois dessa confirmação, passar para a repórter os nomes, com perfil e possíveis perguntas. Depois era hora de cuidar da atualização do site. Colocar no ar matérias já aprovadas e editar alguns vídeos que entrariam no ar naquele dia. Em seguida, checar com a equipe da editoria Rio o carro, o cinegrafista, qual era o produtor e a hora do vivo do

*RJTV*. Toda esta rotina da TV interferia na produção do site, que pegava carona na concentração da escola organizada pela equipe da televisão para fazer fotos e entrevistas.

O ensaio acabava perto das 23h. Então, o motorista levava a galera do site para a redação. Era hora de escrever a matéria, fazer a galeria das fotos e colocar no ar o vídeo da Susana. Enfim, o dia só acabava às 2h da madrugada. No sábado e domingo dava para chegar às 16h na TV, mas a diferença é que nesses dias seriam dois ensaios, logo duas matérias, mais entrevistas e mais fotos. Mas ruim mesmo era quando chovia. É preciso muita habilidade para segurar o guarda-chuva e escrever em um bloquinho enquanto entrevista um coreógrafo que está andando e chamando seus bailarinos.

Daniel acredita que toda a valorização do site de carnaval significou um salto profissional. Ele revela que houve um ponto negativo em toda mudança. Antes era ele que editava a home do site, mas após a fusão com o G1, os editores ficam em São Paulo. Isso ocasionou alguns desentendimentos porque algumas matérias especiais de barracão não ganharam destaque.

Para o jornalista, a grande vantagem do site é trazer informações do carnaval em todo Brasil, com fotos e vídeos com alta qualidade de som e imagem, já que são aproveitados da televisão. A grande dificuldade para Daniel não é obviamente com credencial ou acesso, ele acha que o desafio é mesmo desvendar os segredos dos carnavalescos e firmar seu nome no mundo do carnaval. “Eu só estava presente nos meses perto da festa e isso é ruim para o jornalista. Eu preciso ter um nome firme no meio do samba, mostrar conhecimento e comprovar que não caí de pára-quedas no carnaval. Por isso, decidi ser colaborador do *Papo de Samba*. Vou me tornar mais conhecido pelas pessoas do carnaval e isso vai facilitar meu trabalho em janeiro”, afirma Daniel.

O jornalista acredita que o site da *Globo* nunca vai deixar de ser sazonal devido ao design da home. Segundo ele, “o layout do site é de *hard news*, com espaço para muita notícia. O site ficaria defasado porque não haveria produção de imagens suficientes para não deixar a página com cara de velha”.

O sonho dele não é um site que seja anual, mas um site que transmita o carnaval ao vivo. “Acredito que a Internet não iria concorrer com a televisão. A TV tem o compromisso de explicar o desfile, mas oferece um carnaval fragmentado. O diretor escolhe as imagens. Em 2006, por exemplo, a *Globo* não

mostrou um abre-alas que pegou fogo. A Web pode mostrar uma cobertura completa e até com cortes feitos pelo próprio internauta. Estou ansioso para ver isto em um site”.

### 3.2.3 Blog Roda de Samba (<http://extra.globo.com/blogs/rodadesamba>)

Antes de falar especificamente do *Roda de Samba*, é necessário expor algumas características e peculiaridades dos blogs, como o tipo de texto e suas possíveis classificações.

A escrita do blog, embora pessoal, deve ser sempre pensada em função do público. Os assuntos e opiniões pessoais devem ser externados, mas de maneira a interessar a um grupo. A Internet possibilita uma escrita sem formalidades e também fragmentária. Isto originou o texto rápido e em blocos, que, de um certo modo, ajuda a prender a atenção do leitor.

A autora Denise Schittine (2004) ao discutir a questão dos blogs poderem ser considerados jornalismo ou não, conclui que são, na verdade, “(...) um meio caminho entre a ficção e a informação, entre jornalismo e o escrito íntimo, isso quando não misturam bastante uma coisa com a outra”. (2004: 156)

Segundo matéria do site *Terra*, Ricardo Noblat, blogueiro e colunista do jornal *O Globo*, também abordou a questão durante o 1º Seminário Internacional de Jornalismo Online, realizado em São Paulo, na segunda semana de junho de 2007:

No blog, você tem que seguir as regras universais do jornalismo, como checagem de informações, admissão do erro e etc. Mas espero que não inventem manual de redação para blogs, pois o mais interessante do blog é a possibilidade de experimentar e criar seu próprio estilo. Além disso, o blog não só forma uma comunidade, como também é sustentado por uma comunidade - que não é apenas audiência, mas que participa ativamente.

Mas quem melhor definiu o impasse sobre a classificação dos blogs foi o jornalista canadense David Akin. Ele acredita que blog é um formato; e jornalismo um processo, ou um sistema. "Claro, blogs podem ser parte do sistema que chamamos jornalismo e, obviamente, nem todos os blogs são parte deste sistema (nem todos os blogueiros querem produzir jornalismo)", disse Akin em seu blog *David Akin's On the Hill*. (<http://davidakin.blogware.com/blog>)

Frederico Soares, jornalista do *Extra* e um dos responsáveis pelo blog *Roda de Samba*, confessa que escrever posts é muito mais prazeroso do que escrever um texto jornalístico comum. Ele explica que: “a linguagem do blog não é puramente jornalística nem pessoal, é um híbrido. Mas não por isso deixa de ser informativa. No *Roda de Samba* eu presto um serviço informando e dando minha opinião sobre um determinado fato. Tudo com um texto que pode ser mais leve e descontraído, por isso é mais gostoso”.

O blog surgiu em agosto de 2006 como um produto do *Globo Online*. Frederico conta que, nesta época, a diretoria do jornal começou a perceber o sucesso dos blogs e decidiu que deveria ter mais blogueiros para atender aos diferentes assuntos. O jornalista Leonardo Bruno também é responsável pelo *Roda de Samba*, que passou a ser hospedado pelo site do jornal *Extra*, criado no início de 2007.

Durante a cobertura de 2007, Frederico conta que o maior ponto negativo foi o pouco espaço na sala de imprensa para realizar as atualizações direto da Avenida. “Só existe um computador que é muito disputado. Além disso, também não há condições de comunicação entre os jornalistas. Mesmo com o uso de rádios, o barulho no Sambódromo é muito alto”, comenta.

No próximo ano, Frederico planeja lançar duas novidades no blog. Uma é colocar no ar um programa de entrevistas com personagens da folia, com duração de 15 minutos. O outro lançamento será um programa de rádio, disponibilizado em podcast, que aborde vários temas do carnaval. “Já fui locutor da *CBN* em dois carnavais e voltar a trabalhar com isso é uma vontade antiga”, diz o jornalista.

Atualmente, o blog tem cerca de 200 acessos por dia. Durante o carnaval de 2007, esta média subiu para 5 mil. Apesar do bom número de leitores, Frederico conta que a página já ficou desatualizada durante cinco dias. “Os internautas reclamaram, com razão, afinal a Internet demanda uma atualização muito mais rápida que qualquer outro meio de comunicação. Aliás, esta foi a principal diferença que senti quando passei do jornalismo impresso pra o webjornalismo: não dava mais para segurar nenhum fato como fazia quando estava no *Jornal do Brasil*”, comenta Frederico.



## CONCLUSÃO

Uma das principais transformações geradas pela popularização dos sites que cobrem o carnaval foi o rejuvenescimento do público. A linguagem da Internet é mais popular entre os jovens. Os dez jornalistas entrevistados para este trabalho observaram que a faixa etária da platéia dos desfiles e dos ensaios técnicos passou a ter, em média, menos de 30 anos.

As entrevistas realizadas permitiram concluir que a cobertura do carnaval para sites independentes, e mesmo para os pertencentes a empresas de comunicação, ainda sofre com equipes reduzidas e falta de verba para disponibilizar toda tecnologia necessária para que seja feita uma atualização em tempo real direto da Marquês de Sapucaí. A maioria deles disputa um computador na sala de imprensa montada atrás de uma das arquibancadas do Sambódromo.

No carnaval de 2008, os sites independentes deverão dar mais destaque às escolas dos grupos de acesso. No geral, todas as páginas virtuais tentarão colocar um número maior de vídeos e fotos, que atraem mais audiência.

Os vídeos que, provavelmente, se multiplicarão no próximo carnaval serão apenas registros do que acontecer em um determinado desfile ou ensaio. O único site que pode disponibilizar vídeos com entrevistas exclusivas, como aconteceu no carnaval de 2007, deve continuar a ser o *Carnaval Globo.com*. O site da *TV Globo* também pode ser pioneiro em realizar a transmissão ao vivo dos desfiles das escolas cariocas na Internet, com opção de escolha de câmeras. Mas essa inovação, anseio mencionado por todos os entrevistados para este trabalho, não deve acontecer em 2008.

Dirigentes da *Globo* ainda precisam ser convencidos de que a Internet não concorrerá com a TV. Quando isso acontecer, a transmissão pela Web se tornará real, visto que a tecnologia já existe e é usada na página virtual da *Globo News*.

O estudo permitiu averiguar que a Internet é mesmo a mídia que dá mais destaque para todo o processo do carnaval. Logo, os sites tendem a ganhar mais credibilidade a cada ano, tanto do público como dos integrantes das agremiações.

O estudo dos sites analisados neste trabalho ainda pode gerar novas linhas de pesquisas que tratem especificamente das comunidades que surgiram nas páginas virtuais e como elas influenciam as escolas de samba. Pode-se desenvolver, também, a análise comparativa entre o espaço que os diferentes carnavais dos diversos estados brasileiros ganham nas páginas virtuais. Além disso, em um futuro próximo, será possível desenvolver outro estudo que aborde as transformações da cobertura do carnaval carioca, nos sites e nos outros meios de comunicação, com o surgimento da TV digital.

## ANEXOS

## O Carnaval Carioca (www.ocarnavalcarioca.com.br)

Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

**O Carnaval Carioca** **ANUNCIE AQUI**

**Alertas de Notícias MSN**  
Receba as últimas notícias direto no seu Messenger. É gratuito!

**Espaco para Convenções**  
Realize sua convenção num Hotel Fazenda. Apenas 1h de São Paulo!

Anúncios Google

PÁGINA INICIAL	NOTÍCIAS	CARNAVAL 2007	FANTASIAS 2007	FOTOS DA FOLIA	AGENDA DE BAMBA
FÓRUM	CARNAVAL 2006	ENREDO DO MEU SAMBA	CONFETE & SERPENTINA	TOUR PELOS BARRACÕES	FALE CONOSCO

BOLETIM INFORMATIVO Clique **AQUI** para se inscrever e receber nosso BOLETIM INFORMATIVO com as novidades do site

### Notícias

13/07

15/06

- ✓ Carnaval 2008: Grupos de Acesso sortea ordens de desfiles hoje
- ✓ Caprichosos contrata Lane Santana como carnavalesco. Escola será a sexta a desfilar pelo Grupo A
- ✓ Uraiti elege presidente e escolhe enredo
- ✓ Salgueiro apresenta Viviane Araújo como rainha da bateria amanhã no Cristo Redentor

14/06

- ✓ Beija-flor: Leia sinopse do enredo e conheça setores do desfile sobre Macapá
- ✓ Porto da Pedra contrata Mário Borriello para fazer enredo sobre imigração japonesa
- ✓ Unidos da Tijuca: Confira sinopse do enredo sobre coleções

### Carnaval 2008

Saiba como estão os preparativos para o próximo desfile, enredos, o troca-troca de carnavalescos, entre outros

#### Fotos da Folia

Desfiles na Sapucaí - Grupo Especial - Galeria 1 e 6

Beija-flor - Campeã



Grande Rio - Vice-campeã



Mangueira - 3º lugar



Tijuca - 4º lugar



Viradouro - 5º lugar



Vila Isabel - 6º lugar



### Conversa de Avenida

Lane Santana pode ser um bom carnavalesco para a Caprichosos?

#### Fotos da Folia

Mocidade: apresenta nova diretoria (13/06/2007)





2 Internet Explorer monografia ate grupo... PT 23:44

# Galeria do Samba (www.galeriadosamba.com.br)

Galeria do Samba - Escolas de Samba do Rio - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

As Escolas de Samba do Rio de Janeiro

## GALERIA DO SAMBA

222 DIAS PARA O CARNAVAL 2008

SOBRE A GALERIA | FALE CONOSCO | AJUDA | HOME

110 usuários online - Atualizado em 22/06/07 12:20

PROCURAR EM

Enredos

**GALERIA DO SAMBA**

- Carnavais
- Escolas de Samba
- Apurações
- Bibliografia
- Datas e Locais
- Discografia
- Estadísticas
- Julgadores
- Ordens de Desfile
- Premiações
- Rankings

**SERVIÇOS**

- Agenda
- Como Encontrar
- Links
- Notícias
- Rádio e TV

**PARTICIPE**

- Bate-Papo
- Enquetes
- Espaço Aberto
- Fale Conosco

**CONHEÇA A SINOPSE DO ENREDO DA PORTO DA PEDRA**

Unidos do Porto da Pedra  
O carnavalesco da Unidos do Porto da Pedra, Mario Borriello (foto) entregou na noite de hoje aos compositores, a sinopse do enredo "100 Anos de Imigração..." (continua)

**CARNAVAL 2008**

Grupo Especial  
**UNIDOS DO PORTO DA PEDRA**  
Enredo - 100 anos de imigração japonesa no Brasil - tem pagode no Maru

**SAIBA MAIS**

**NO ESPAÇO ABERTO**

André - Galeria do Samba  
DANIEL BONECO  
Daniel, O Paulinho, da DC, me disse que vc teria gravado na quadra aquele samba que o Salgueiro tem

**NOVIDADES**

Sinopse do enredo 2008 da Vila Isabel  
Como ficou o ranking da LIESA depois do carnaval 2007  
Premiações do Carnaval 2007  
Últimas notícias das escolas de samba

**DESTAQUES**

Mais de 350 sinopses de enredos - Use a pesquisa  
Resultado completo do Carnaval 2007  
Jurados do Grupo Especial 2007  
Grupos do Carnaval 2008  
Mais de 1310 Letras de Sambas - Use a pesquisa  
Programas sobre as escolas no rádio e TV

**ÚLTIMAS NOTÍCIAS**

25/06 20:09 Destaques do Carnaval fundam Associação  
25/06 19:10 Jorge Aragão recebe Leci Brandão e Swing Simpatia na Leopoldina  
25/06 09:30 União de Jacarepaguá promove festa de destaque  
25/06 09:19 Mangueira promove festa junina na quadra  
Veja mais notícias...

**SITE RECOMENDADO**

AGENDA DO SAMBA E CHORO  
Agenda do Samba e Choro

**BATE-PAPO**

nickname

**DISCOGRAFIA**

Novo Millenium  
Sambas-Enredo 1

**TAMBÉM**  
Sensação

**RESPONSÁVEL**  
André Albuquerque

**NOTÍCIAS**  
Fábio Silva

**COLABORADORES**  
André Silva

**Iniciar**

mono ate blog\_no... pretextual\_anexo... Galeria do Samba -... PT 04:12

## Papo de Samba (www.papodesamba.com.br)

**Papo de Samba**  
UM DESFILE DE INFORMAÇÕES NAS SUAS MÃOS

**Doe sangue**

**Caçula**  
www.caçula.com

Home | Samba | Carnaval | Escolas Campeãs | Resultados | Escolas de Samba | Sambódromo | Cidade do Samba  
Centro de Memória do Carnaval | Galeria de Bambas | Biblioteca | Endereços Úteis | Links | O Site | Cadastro | Fale Conosco

Rio de Janeiro, 25 de Junho de 2007 (Segunda-feira) - Ano IV -

### Carnaval 2007

- Escolas de Samba
- Ordem dos Desfiles



### Clipping Eletrônico

24/06 - Empolga às 9 faz 'esquentar' para o Pan-2007 (Site O Globo Online)

24/06 - Veja as fotos do lançamento do enredo da Acadêmicos da Rocinha na Feira de São Cristóvão

24/06 - Veja as fotos da visita de Liza Minnelli à quadra da Mangueira

23/06 - AMEBRAS lança projeto "G.R.E.S Unidos Pela Cidadania" na Cidade do Samba

23/06 - Liza Minelli se encanta com o samba da

Claudio Rêgo

### Agenda

Clique no dia marcado e confira a programação.

Junho de 2007						
D	S	T	Q	Q	S	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

### Colunas

#### Samba em Desfile

**Julio Cesar Farias:** O tema do enredo e o enredo do tema

[Arquivo Samba em Desfile](#)

#### (Re)Pensando Carnaval

**Lilian Rabello:** Abram alas e deixem a poesia passar.

[Arquivo \(Re\)Pensando Carnaval](#)

### Giro Pela Cidade

Clique na foto e confira o que rolou em alguns eventos de Samba e Carnaval.



Liza Minelli cai no samba com a Estação Primeira

### Aniversariantes do Mês

01/06 - Wilma Nascimento

02/06 - Jaciara Azevedo

02/06 - Estrelinha da Mocidade

03/06 - José Carlos Reso (in)

**Iniciar** | mono ate blog\_no... | pretextual\_anexo... | Papo de Samba - ... | PT | 04:16



## Esquentando os Tamborins (www.tamborins.com.br)

Esquentando os Tamborins - Samba e Carnaval o ano inteiro - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda



# ESQUENTANDO OS TAMBORINS

**Fórum BATE-PAPO RÁDIO ARQUIVO**

**Toques Grátis**  
Baixar. Toques para Celular. Aproveite Agora!

Anúncios Google

Associação para Promoção e Preservação da Cultura Carnavalesca Esquentando os Tamborins

RSS XML

**INICIAL**  
**AS ÚLTIMAS**  
**AGENDA**  
**OPINIÃO**  
**AGREMIações**  
**Fórum**  
**BATE-PAPO**  
**RÁDIO**  
**ARQUIVO**  
**SAMBALCÃO**  
**POR AÍ AFORA**  
**EXPEDIENTE**  
**FALE CoNOSCo**



### Viradouro comemorou aniversário com feijoada

25/06/07 16:40h  
Festa e emoção na homenagem a Manacéa

25/06/07 16:04h  
Portela desfila no Aterro

25/06/07 14:25h  
Mangureira vai promover Festa Junina

25/06/07 13:03h  
Tijuca: churrasco marcou primeiro evento de Casagrande à frente da bateria

25/06/07 12:00h

**AS ÚLTIMAS**

### Porto da Pedra: conheça a sinopse do enredo para 2008

O presidente Ubertan de Oliveira e o carnavalesco Mario Borrielo entregam dentro de instantes, aos compositores da Porto da Pedra, a sinopse do enredo (*leia mais*)

Divulgação/Henrique Matos



Simone e Raphael, porta-bandeira e mestre-sala da Viradouro

**AGENDA**



### Mocidade Independente - eliminatórias de sambas-enredo

**VEJA TAMBÉM**

Anúncios Google

**Toques Grátis**  
Grátis. Toques para Celular. Aproveite Agora!  
[BrasilRington.es.com](http://BrasilRington.es.com)

**Bandeiras de qualidade**  
Fabricação de bandeiras grandes. Gerência europeia.  
[www.cqflag.com](http://www.cqflag.com)

**Cadastro Geral do Samba**  
Samba de todas as partes do mundo. Divulgue também a sua agremiação, associação ou grupo.

**Relíquias**  
Letra original composta por

Aumente o tráfego do seu site. Use o [Google AdWords](#).

Gere

04:23

## Tudo de Samba (www.tudodesamba.com.br)

**Tudo de Samba - O Site de Todos os Sambistas - Microsoft Internet Explorer**

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

**Coldplay**  
Baixe músicas do seu artista preferido no seu celular!

**iGoal - the Goal in a Bag**  
Portable Inflatable Goal in 6 sizes The very latest in Goal Technology

Anúncios Google

Rio de Janeiro - Sabado, 23 de Junho de 2007.

**Home**  
**Noticias**  
**Colunistas**  
**Carnaval 2007**  
**Carnaval 2006**  
**Contato**

**NOTÍCIAS**

**Porto da Pedra: conheça a sinopse do enredo para 2008**

O presidente Uberlan de Oliveira e o carnavalesco Mario Borrielo entregam dentro de instantes, aos compositores da Porto da Pedra, a sinopse do enredo "100 Anos de Imigração Japonesa - tem Pagode no M (leia mais)

**EDUARDO CARVALHO**  
Pérola Rara

**TDS NO ORKUT**  
Faça parte da comunidade do Tudo de Samba no ORKUT

**NOTÍCIAS**

- 25/06/07 17:30h  
Viradouro comemorou aniversário com feijoada
- 25/06/07 16:40h  
Festa e emoção na homenagem a Manacéa
- 25/06/07 16:04h  
Portela desfila no Aterro
- 25/06/07 14:25h  
Mangueira vai promover Festa Junina
- 25/06/07 13:03h  
Tijuca: churrasco marcou primeiro evento de Casagrande à frente da bateria
- 25/06/07 12:00h  
Liza Minelli visitou a

**AGENDA**  
Acompanhe a programação dos eventos do mundo do samba.

Google

Web

**Pecas Auto**  
Seu link exclusivo de busca!  
**TUDO PARA SEU CARRO**  
PESQUISAS DE PREÇOS E FORNECEDORES  
SERVIÇOS  
CLASSIFICADOS  
**CADASTRO DE AUTOPEÇAS**  
www.dicasautopecas.com.br

**Iniciar** | mono ate blog\_no... | pretextual\_anexo... | Tudo de Samba - ... | PT | 04:26

## Setor 1 (www.setor1.com)

Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Ateliê By Izaquis  
Fantasias  
Vila Isabel e São Clemente

Conheça os Classificados de Emprego Catho

# Setor 1

Onde o Carnaval é do povo!

HOME A VOZ DO POVO AGENDA LINKS NOTÍCIAS EQUIPE FALE CONOSCO

Busca Interna

Sábado, 23 de Junho de 2007 - 04:29:38

Newsletter

E-mail:  OK

☐ Assinar ☐ Remover

Fala, JCNE!

Chovendo no molhado  
Por José Carlos Netto

Videos

REPORTAGEM ESPECIAL

REPORTAGEM ESPECIAL

COBERTURA SETOR 1

COBERTURA SETOR 1

## LIESA define ordem de desfile da elite do carnaval

CARNAVAL 2008

Mocidade

Mangueira

Viradouro

Charlene Costa  
Passista

Videos

PT

04:29



## O Batuque.com (www.obatuque.com)

Obatuque.com - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

**BATUQUE.com** O JORNAL DO SAMBISTA Online

E-MAIL: [ ] SENHA: [ ] OK BUSCAR: [ ] OK

**NAVEGUE**

- Principal
- Notícias
- Enredos 2007
- Destaques do Carnaval 2006
- Arquivos
- Entrevistas
- Sambas Antigos
- Carnaval 2006
- Carnaval 2005
- Carnaval 2004
- Carnaval 2003
- Opinião
- Mapas de apuração

**SERVIÇOS**

- Cadastre-se
- Fale Conosco
- CLASSIFICADOS
- GUIA COMERCIAL

**ENTRETENIMENTO**

- Promoções
- Mural de Recados
- Dicas
- Enquetes
- Bate-Papo
- Papel de Parede
- Orkut

**RECEBA NOVIDADES**

Nome: [ ]

E-mail: [ ]

ENVIAR

**BEM-VINDO AO OBatuque.com!**

**DESTAQUE**

Entrega do Troféu Olhômetro aos melhores das escolas de samba mirins do Estado do Rio de Janeiro

**NOTÍCIAS**

- [25/06/2007] - Thatiana Pagung no Agito do Rio
- [22/06/2007] - Nação imperiana de luto: morte Tia Iara
- [22/06/2007] - Estrelinha da Mocidade divulga sinopse do enredo para o Carnaval 2008
- [22/06/2007] - Boi com Feijão sacode a Ilha do Governador
- [22/06/2007] - Independente da Praça da Bandeira revela título do enredo
- [21/06/2007] - Porto da Pedra entrega sinopse

**GALERIA DE FOTOS**

Foram encontradas (0) coberturas.

**CARNAVAL 2007**

**DESTAQUE**

Veja os álbuns...

**DESTAQUE**

Vídeos dos desfiles na Intendente Magalhães

**Anúncios Google**

**Toques Para Celular**  
Grátis. Toques para Celular. Aproveite Agora!  
BrasilRingtones.com

**Hotel em Florianópolis**  
Férias de Julho em 10 x no cartão. Valores diferenciados para grupos.  
www.mardelplata.com.br

**ENQUETE**

**PARTICIPE!**  
Você achou justo o resultado do Carnaval 2007?

☐ Sim

☐ Não

☐ Minha escola foi uma decepção

☐ Está bom, mas poderia ser melhor

☐ Não tenho opinião

VOTAR RESULTADO

**MURAL DE RECADOS**

monito ate blog\_no... pretextual\_anexo... Obatuque.com: PT 04:33

## O Dia na Folia (www.odianafolia.com.br)

**O Dia na Folia - Microsoft Internet Explorer**

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

terra  Buscar na internet

**O DIA ONLINE** ESPECIAIS

**Quer NAMORAR ainda HOJE?**

**Página inicial**

**Serviço**

Sambódromo

Ordem dos desfiles

Galeria de fotos

Fotos 360°

Videos

Papéis de parede

Tamborim de Ouro

**Escolas de samba**

Grupo Especial

Grupo A

Grupo B

Mirins

Blocos

**SEM TAXA DE ADESAO** **SEM ANUIDADE\*\*\*** **ATÉ 40 DIAS SEM JUROS PARA PAGAR** **SAQUES DE EMERGÊNCIA NOS TERMINAIS BRADESCO DIA & NOITE**

Rio de Janeiro, 25/6/2007

**Grupos de Acesso em apuros**  
Presidente da Liesa pede ajuda do Ministro do Trabalho para resolver situação dos barracões das escolas dos Grupos de Acesso

**Confira a sinopse da Porto da Pedra**  
Enredo de 2008 é '100 anos de imigração japonesa - tem Pagode no Maru'

**» Camavalesco da Grande Rio usa toada para mostrar refrão ideal do samba**

**Viradouro adia anúncio do enredo**

Presidente Marco Lira iria anunciar tema para desfile do ano que vem na festa de aniversário de 61 anos da escola, mas resolveu adiar

**Desfile com cara da comunidade da Rocinha**

**ÚLTIMAS NOTÍCIAS**

**20:58 - Carnaval**  
Presidente da Liesa pede ajuda do ministro do Trabalho para escolas do Acesso

**20:34 - Carnaval**  
Confira a sinopse do enredo da Porto da Pedra

**18:21 - Carnaval**  
Camavalesco da Grande Rio usa toada de Parintins para mostrar refrão ideal aos compositores

**01:22 - Carnaval**  
Porto da Pedra entrega sinopse do enredo aos compositores nesta segunda

**01:16 - Carnaval**  
Viradouro comemora 61 anos e presidente adia para esta segunda anúncio do enredo

**Iniciar**



## Roda de Samba (<http://extra.globo.com/blogs/rodadesamba>)

Extra Online :: Blogs - Roda de Samba - A primeira vez - Microsoft Internet Explorer

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

O GLOBO ONLINE JORNAL O GLOBO EXTRA ONLINE DIÁRIO DE S. PAULO AGÊNCIA O GLOBO CLASSIFICADOS ZAP

**EXTRA** ONLINE

26 de junho de 2007, atualizado às 0h 07m

Guia de Lazer As melhores opções de diversão! Trânsito Acompanhe aqui em tempo real Rio de Janeiro Min 14° Max 27° Outras cidades

22:27 ESPOR|

Cadastre-se | Login

**BLOGS**

**Roda de Samba**  
Um carnaval de informações no seu computador

Frederico Soares e Leonardo Bruno

Busca por palavra-chave:

Enviado por Leonardo Bruno - 20/6/2007 - 18:29

### A primeira vez

Pela primeira vez consegui ver com bons olhos essa história de termos apenas 12 escolas no Grupo Especial. Ao ver a ordem dos desfile de 2008 (desculpem o atraso, mas estou fora do Rio, sem internet à disposição), me agradou muito ver como ficará a festa no ano que vem. Afinal, um domingo em que teremos a arrebatadora sequência Salgueiro-Portela-Mangueira-Viradouro é de matar do coração qualquer sambista. E, na segunda-feira, apenas escolas que, nos últimos 10 ou 15 anos, podem ser consideradas de ponta: Mocidade,Tijuca, Imperatriz, Vila, Grande Rio e Beija-Flor. O carnaval tem tudo pra ser o mais forte de todos os tempos, não pela melhora na qualidade das escolas, mas pela eliminação de agremiações consideradas "fracas".

Acho que os dois dias estão num equilíbrio de forças, com

**Fale com a gente:**

**Frederico Soares**  
freds@extra.inf.br

**Leonardo Bruno**  
leof@extra.inf.br

**Os sites das escolas**

Vila Isabel  
Grande Rio  
Viradouro  
Mangueira  
Beija-Flor  
Unidos da Tijuca  
Portela  
Império Serrano



## BIBLIOGRAFIA

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, M. *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ARAÚJO, Hiram. **Carnaval: seis milênios de história**. Rio de Janeiro: Gryphus, 2003.

BACEGGA, M. A. Educação e Tecnologia: diminuindo as distâncias. In: KUPSTAS, M. (Org.). **Comunicação em debate**. São Paulo, Moderna, 1997.

BARBOSA, Marialva. Os gestos do público e a construção do modelo narrativo cerimonial da televisão brasileira.. In: **Mídia e Cerimônias: uma análise de consolidação do modelo cerimonial na mídia audiovisual brasileira a partir dos anos 1960**. Belo Horizonte: Núcleo de Jornalismo do XXXI Congresso da Intercom, 2003 (mimeo).

BRASIL, Antônio & ARNT, Heris. **Telejornalismo Online em Debate** – Anais do Primeiro Seminário de Telejornalismo Online da UERJ. Rio de Janeiro: E-Papers, 2002.

BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo, 1997.

CABRAL, Sérgio. **As Escolas de Samba do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CAVALCANTI, Maria Laura Viveiros de Castro. **Carnaval carioca: dos bastidores ao desfile**. Rio de Janeiro: Funarte, UFRJ, 1994.

\_\_\_\_\_. **O rito e o tempo: ensaios sobre carnaval**. Rio de Janeiro. Civilização Brasileira, 1999.

COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1996.

COSTA, Haroldo. **Salgueiro: 50 anos de glória**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

COSTELLA, Antonio F. Da Caverna à Galáxia. **Comunicação em Debate**. 1984. (mimeo)

DA MATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis**: para uma sociologia do dilema brasileiro. Rio de Janeiro: Zahar editores, 1997.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Lisboa: Antígona, 1989.

DUPAS, Heloisa. Nós e a Sociedade da Informação. **Comunicação em Debate**. 2005. (mimeo)

FENERICK, José Adriano. **Nem do morro, nem da cidade: as transformações do samba e a indústria cultural**. 1920-1945. Tese (Doutorado em História Econômica). Universidade de São Paulo, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, 2002.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2004.

FIGUEREDO, Rafael Galdo de. **O maior espetáculo da Terra – o papel da mídia na transformação das escolas de samba no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2006.

LEÃO, Lúcia. **O labirinto da hipermídia**. São Paulo: Iluminuras, 1999

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: SENAC São Paulo, 2000.

MACHADO, Elias & PALACIOS, Marcos. **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador. Calandra. 2003.

MELLO, Marcelo. **Olha a Beija-Flor Aí, Gente!**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Universidade Federal Fluminense, Instituto de Artes e Comunicação Social, 2000.

MOURA, Roberto. **Carnaval carioca: da Redentora à Praça do Apocalipse**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986.

\_\_\_\_\_. **No Princípio, era a Roda – Um estudo sobre o samba, partido-alto e outros pagodes.** Rio de Janeiro: Rocco, 2004.

PEGADO, Israel Antônio Sequeira. **A evolução do Carnaval Carioca: A festa popular que virou produto.** 2005. Disponível em <http://www.academiadosamba.com.br/monografias/israelpegado.pdf>> Acesso em 23 abril 2007.

SCHITTINE, Denise. **Blog: comunicação e escrita íntima na internet.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

TINHORÃO, José Ramos. **A imprensa carnavalesca no Brasil: um panorama da linguagem cômica.** São Paulo: Hedra, 2000.

VALENÇA, Rachel. Coleção Para Saber Mais: **Carnaval.** Rio de Janeiro: Abril, 2003.

## SITES E OUTRAS FONTES

Veja, 6/02/1985

JC-ONLINE. **História do Carnaval.** Disponível em <http://www2.uol.com.br/JC/servicos/carnaval99/historia.htm>

O Carnaval Carioca ([www.ocarnavalcarioca.com.br](http://www.ocarnavalcarioca.com.br))

Galeria do Samba ([www.galeriadosamba.com.br](http://www.galeriadosamba.com.br))

Papo de Samba ([www.papodesamba.com.br](http://www.papodesamba.com.br))

Esquentando os Tamborins ([www.tamborins.com.br](http://www.tamborins.com.br))

Tudo de Samba ([www.tudodesamba.com.br](http://www.tudodesamba.com.br))

Setor 1 ([www.setor1.com](http://www.setor1.com))

O Batuque.com ([www.obatuque.com](http://www.obatuque.com))

O Dia na Folia ([www.odianafolia.com.br](http://www.odianafolia.com.br))

Carnaval Globo.com ([www.globo.com/carnaval](http://www.globo.com/carnaval))

Blog Roda de Samba (<http://extra.globo.com/blogs/rodadesamba>)

Site Terra (<http://mediaon.terra.com.br/mediaon/?p=30>)

Blog David Akin's On the Hill. (<http://davidakin.blogware.com/blog>)